



**UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA AGRONOMÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA AGRÓNOMA**

**ANÁLISIS DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL
ARROZ (*Oriza sativa*) EN EL RECINTO LAS MERCEDES,
CANTÓN YAGUACHI, GUAYAS**

**AUTORA
CORREA AREVALO SHIRLEY EMPERATRIZ**

**TUTOR
ING. DAMIAN QUITO FERNANDO, MSc.**

**GUAYAQUIL – ECUADOR
2026**



**UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA AGRONOMÍA**

APROBACIÓN DEL TUTOR

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de Tutor, certifico que el presente trabajo de titulación: **ANÁLISIS DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL ARROZ (*Oriza sativa*) EN EL RECINTO LAS MERCEDES, CANTÓN YAGUACHI, GUAYAS**, realizado por la estudiante **CORREA AREVALO SHIRLEY EMPERATRIZ**, con cédula de identidad **N°0932322241** de la carrera **AGRONOMÍA**, Sede Matriz Guayaquil, ha sido orientado y revisado durante su ejecución; y cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador; por lo tanto, se aprueba la presentación del mismo.

Atentamente,

Ing. Fernando Damián Quito, MSc.

Firma del tutor

Guayaquil, 05 de octubre del 2026



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA AGRONOMÍA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Los abajo firmantes, docentes designados por el H. Consejo Directivo como miembros del Tribunal de Sustentación, aprobamos la defensa del trabajo de titulación: **"ANÁLISIS DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL ARROZ (*Oriza sativa*) EN EL RECINTO LAS MERCEDES, CANTÓN YAGUACHI, GUAYAS"**, realizado por la estudiante **CORREA AREVALO SHIRLEY EMPERATRIZ**, la misma que cumple con los requisitos exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador.

Atentamente,

Ing. Antonio Álava Murillo, MSc.
PRESIDENTE

Ing. Danilo Valdez Rivera, MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

Ing. Roberto Lucas Saltos, MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

Ing. Fernando Damian Quito, Msc.
EXAMINADOR SUPLENTE

Guayaquil, 21 de septiembre del 2026

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación, en primer lugar, a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada etapa de mi vida, por concederme la sabiduría, la paciencia y la perseverancia necesaria para culminar con éxito este logro académico.

A mis padres, quienes con su amor y apoyo incondicional han sido el pilar fundamental de mi formación personal y profesional. Gracias por creer en mí, por impulsarme, a mi hermana por enseñarme a seguir adelante aun en los momentos de mayor dificultad y por enseñarme, con su ejemplo, el valor del esfuerzo, la responsabilidad y la honestidad.

A mi familia, por su acompañamiento, comprensión y palabras de aliento a lo largo de este proceso, que han sido una fuente de motivación constante para no rendirme y continuar persiguiendo mis metas.

Finalmente, dedico este trabajo a todas aquellas personas que, de manera directa o indirecta, contribuyeron a la realización de esta tesis, brindarme su apoyo, confianza y ánimo para alcanzar uno de los objetivos más importantes de mi vida académica.

AGRADECIMIENTO

A Dios, gracias por acompañarme en cada paso de este camino, por darme la fortaleza para no rendirme en los momentos difíciles y por iluminarme con la sabiduría necesaria para culminarlo.

A la Universidad Agraria del Ecuador, por brindarme la oportunidad de prepararme y formarme académicamente.

A los docentes de la Facultad Ciencias Agrarias, por su orientación, disposición y conocimientos compartidos. Gracias por su acompañamiento académico, sus consejos y su compromiso, los cuales aportaron de manera significativa a mi formación.

A mi tutor de tesis, cuyo conocimiento y guía fueron clave para esta investigación. Sus valiosas observaciones enriquecieron cada etapa del estudio.

La ayuda y el apoyo brindado por todos ustedes han sido de gran valor para mi crecimiento académico y profesional. Estoy sinceramente agradecida por la oportunidad de aprender de personas tan dedicadas y expertas en su campo.

Autorización de Autoría Intelectual

Yo, **CORREA AREVALO SHIRLEY EMPERATRIZ**, en calidad de autor(a) del proyecto realizado, sobre **"ANÁLISIS DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL ARROZ (*Oriza sativa*) EN EL RECINTO LAS MERCEDES, CANTÓN YAGUACHI, GUAYAS"** para optar el título de **INGENIERA AGRÓNOMA**, por la presente autorizo a la **UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR**, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor(a) me correspondan, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Guayaquil, 05 de octubre del 2026



CORREA AREVALO SHIRLEY EMPERATRIZ

C.I. 0932322241

RESUMEN

La finalidad de la presente investigación denominada “Análisis de la cadena de comercialización del arroz (*Oryza sativa*) en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, Guayas” fue estudiar el proceso de comercialización del arroz desde su producción hasta su llegada al consumidor final, identificando a los actores involucrados, los canales de distribución utilizados y los factores que inciden en la rentabilidad de los productores. Se utilizó la metodología de la encuesta. El estudio evidencia que la cadena de comercialización del arroz está compuesta por productores, intermediarios, centros de acopio, piladoras, mayoristas y minoristas, siendo los intermediarios quienes ejercen una fuerte influencia en la fijación de precios. De igual manera, entre los principales problemas identificados se encuentran la inestabilidad de los precios del arroz, el limitado acceso a financiamiento, la escasa organización de los productores, los elevados costos de producción y la falta de información oportuna sobre los mercados. Estos factores reducen la capacidad de negociación de los agricultores y afectan su competitividad dentro del sector arrocerero. En conclusión, la cadena de comercialización del arroz en el recinto Las Mercedes presenta oportunidades de mejora orientadas a incrementar la eficiencia del proceso de comercialización, fortalecer la posición económica de los productores y promover el desarrollo sostenible del sector arrocerero en el cantón Yaguachi, provincia del Guayas.

Palabras claves: *Arroz, cadena de comercialización, canales de distribución, intermediación comercial, productores agrícolas.*

ABSTRACT

The purpose of this research, titled "Analysis of the rice (*Oryza sativa*) marketing chain in Las Mercedes, Yaguachi Canton, Guayas," was to study the rice marketing process from production to the final consumer, identifying the actors involved, the distribution channels used, and the factors influencing producer profitability. A survey-based methodology was employed. The study reveals that the rice marketing chain comprises producers, intermediaries, collection centers, milling plants, wholesalers, and retailers, with intermediaries exerting significant influence on price setting. Key problems identified include rice price instability, limited access to financing, a lack of producer organization, high production costs, and a lack of timely market information. These factors diminish farmers' bargaining power and affect their competitiveness within the rice sector. In conclusion, the rice marketing chain in Las Mercedes presents opportunities for improvement aimed at increasing marketing process efficiency, strengthening producers' economic position, and promoting the sustainable development of the rice sector in Yaguachi Canton, Guayas Province.

Keywords: *Rice, supply chain, distribution channels, commercial intermediation, agricultural producers.*

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
Autorización de Autoría Intelectual	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
1. INTRODUCCIÓN	15
1.1 Antecedentes del problema.....	15
1.2 Planteamiento y formulación del problema	16
1.2.1 Planteamiento del problema	16
1.2.2 Formulación del problema	18
1.3 Justificación de la investigación	18
1.4 Delimitación de la investigación	20
1.5 Objetivo general.	20
1.6 Objetivos específicos.....	20
2. MARCO TEÓRICO	21
2.1 Estado del arte.....	21
2.2 Bases científicas y teóricas de la temática	23
2.2.1 La Cadena de comercialización	23
2.2.2 Eslabones de la cadena del arroz	24
2.2.3 Producción agrícola.....	24
2.2.4 Producción mundial de arroz	24
2.2.5 Producción de arroz en Ecuador	25
2.2.6 Procesamiento industrial	25
2.2.7 Clasificación y control de calidad.....	26
2.3 Marco legal.....	27

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador.....	27
3. MATERIALES Y MÉTODOS.....	29
3.1 Enfoque de la investigación	29
3.1.1 Tipo y alcance de la investigación.....	29
3.2 Metodología	29
3.2.1 Variables	29
3.2.2 Matriz de operacionalización	31
3.2.3 Diseño experimental	31
3.2.4 Recolección de datos	32
3.2.5 Población y muestra	33
3.2.6 Análisis estadístico.....	34
4. RESULTADOS.....	35
4.1 Identificación mediante un diagnóstico los puntos críticos de la comercialización del arroz, en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas – Ecuador.	35
4.1.1 Edad de los productores	36
4.1.2 Educación de los productores.....	37
4.1.3 Tiempo dedicado al cultivo	37
4.1.4 Superficie sembrada de arroz	38
4.1.5 Tipo de siembra utilizada	39
4.1.6 Producción de arroz en cáscara en sacas de 110 libras/ha	40
4.1.7 Tipo de semilla utilizada	40
4.1.8 Sistema de producción.....	41
4.1.9 Destino de venta del arroz.....	41
4.1.10 Canal de comercialización del arroz.....	42
4.1.11 Precio del arroz en cascara.....	42
4.1.12 Forma de pago en la comercialización del arroz.....	42
4.1.13 Frecuencia de venta de arroz.....	43
4.2 Descripción de la dinámica de comercialización del arroz en el recinto las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas	44
4.3 Elaboración de una propuesta de mejoramiento para la comercialización de arroz en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas	47

4.3.1 Título de la propuesta	48
4.3.2 Presentación.....	48
4.3.3 Justificación	48
4.3.4 Objetivo general de la propuesta.....	49
4.3.5 Objetivos específicos	49
4.3.6 Beneficiarios.....	49
4.3.7 Estrategia propuesta.....	49
4.3.8 Impacto esperado.....	53
5. DISCUSIÓN	54
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
6.1 Conclusiones.....	57
6.2 Recomendaciones.....	58
BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables dependientes.....	31
Tabla 2. Edad de los productores arroceros	36
Tabla 3. Escolaridad de productores de arroz	37
Tabla 4. Tiempo dedicado al cultivo	38
Tabla 5. Superficie sembrada	39
Tabla 6. Tipo de siembra	39
Tabla 7. Producción de arroz en cáscara en sacas de 210 libras/hectárea.....	40
Tabla 8. Tipo de semilla utilizada en el cultivo de arroz.....	41
Tabla 9. Sistema de producción	41
Tabla 10. Destino de venta de venta de arroz	41
Tabla 11. Canal de comercialización de arroz	42
Tabla 12. Forma de pago en la comercialización del arroz	43
Tabla 13. Frecuencia de venta de arroz	43
Tabla 14. Actores y funciones de la cadena del arroz en “Las Mercedes”	46
Tabla 15. Marco lógico propuesta.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los productores de arroz	36
Figura 2. Escolaridad de productores de arroz.....	37
Figura 3. Tiempo dedicado al cultivo	38
Figura 4. Tipo de siembra.....	39
Figura 5. Rendimiento de arroz en cáscara en sacas de 200 lb/hectáreas	40
Figura 6. Flujo de la cadena del arroz en la zona de las Mercedes	47
Figura 7. Visita a los predios de los productores de arroz.....	67
Figura 8. Socialización con los productores de arroz del recinto “Las Mercedes”	67
Figura 9. Encuesta a los productores.....	68
Figura 10. Encuesta a productor de arroz	68
Figura 11. Entrevista a productor-comprador de arroz	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida al productor	64
---	----

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes del problema

El arroz (*Oryza sativa*) es un alimento esencial en la mesa de millones de personas. En el ciclo de cosecha 2024 - 2025, la producción mundial alcanza un hito histórico al llegar a 535 millones de toneladas, lo que representa un incremento del 2% en comparación con el año anterior. Este aumento se debe al liderazgo de India en la optimización de cultivos y a un incremento sostenido de la demanda global, con mayor incidencia en África. India, el mayor exportador de arroz del mundo, organiza su producción en tres ciclos agrícolas clave que aprovechan al máximo las estaciones (Asociación Colombiana de Semillas [ACOSEMILLAS], 2024).

En Ecuador, el sector arrocero presenta un balance positivo durante el año 2024. En este sentido, las condiciones climáticas favorables permiten una producción normal desde el inicio del año, con precios que benefician al sector. Asimismo, durante la cosecha de invierno, comprendida entre abril y junio, se registran excedentes destinados al mercado internacional, principalmente hacia Colombia. De igual manera, el segundo semestre del año también es positivo, ya que la cosecha de verano abastece de manera satisfactoria a la industria y proyecta un suministro continuo hasta el primer trimestre de 2025 (Cámara Marítima del Ecuador [CMAE], 2024).

Así mismo, durante este periodo, los precios de la de la gramínea permanecen estables, con un repunte en los últimos meses de 2024. Sin embargo, los precios internacionales muestran una tendencia bajista, el mercado local mantiene la estabilidad gracias a las exportaciones, con destino principal a Colombia. Estas exportaciones alcanzaron entre 70000 a 80000 toneladas de arroz, lo que contribuyó a minimizar el impacto negativo de la caída de los precios. Este flujo de exportador es clave para la estabilidad del mercado interno y para el aporte de divisas al país.

En cuanto a precios, el sector arrocero cierra el año en un rango de 35 a 38 dólares, por saca de arroz en cáscara, un precio que supera el precio mínimo de sustentación. Para el 2025. En este sentido, es necesario mantener la competitividad con países vecinos que disponen arroz de alta calidad y son competencia directa en los mercados internacionales. Por lo que el sector arrocero

ecuatoriano tiene que buscar mecanismos que ayuden a mejorar, la productividad, bajar costos de producción y mantener la estabilidad en los precios.

Cevallos Cedeño (2019) define la competitividad como la capacidad dinámica de la cadena del arroz para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado nacional e internacional, mediante la producción, distribución y venta de la gramínea en el momento, lugar y forma que demanda el mercado, sin olvidar que el objetivo de esta actividad es mejorar las condiciones económicas del sector arrocerero.

Para lo cual es fundamental el trabajo conjunto entre productores, industriales y el apoyo de instituciones gubernamentales como las universidades, el Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Comercio Exterior. Esta alianza permitirá avanzar hacia la mejora de la competitividad, tanto a nivel nacional como internacional, con metas a corto, mediano y largo plazo.

Entonces, el reto es mejorar la productividad y al mismo tiempo, garantizar la seguridad alimentaria del país, asegurando precios justos y estables tanto para los productores como para los consumidores. En este contexto, el presente trabajo de investigación sobre la cadena de comercialización del arroz tiene la finalidad de determinar el funcionamiento y potencialidades, con el propósito de mantener informado al sector. El cultivo del arroz es importante económicamente, ya que sirve como alimento y cultivo comercial en la mayoría de las economías mundiales (Ituriaga et al. 2024).

1.2 Planteamiento y formulación del problema

1.2.1 Planteamiento del problema

El arroz, es uno de los principales rubros alimenticios de la población ecuatoriana; se cultiva en la zona inundable, correspondiente a la cuenca baja del río Guayas; la mayor zona arrocerera del Ecuador, donde se concentra el 94.99% de las 400 mil hectáreas de tierras agrícolas son destinadas al cultivo de arroz, por lo que, los sistemas de producción giran alrededor del cultivo del arroz; y su comercialización a las piladoras, agroindustrias que se encargan del secado, pilado, selección, clasificación y posterior venta a otros agentes de la cadena producción y consumo.

La importancia económica del cultivo no se limita a la etapa de producción, debido a que después de la cosecha el grano debe atravesar diferentes procesos antes de llegar al consumidor final. En esta etapa intervienen productores,

intermediarios, piladoras, comerciantes mayoristas, minoristas y consumidores, configurándose una cadena de comercialización en la cual cada actor cumple determinadas funciones y obtiene una participación económica. Las piladoras adquieren particular importancia debido a que realizan actividades de recepción, secado, pilado, selección y clasificación del grano, para posteriormente incorporarlo a otros canales de comercialización. Es en la cosecha, comercialización, donde la mayoría de los productores de la zona del cantón Yaguachi, tienen muchas dificultades, relacionadas con la calidad del arroz, relacionado con alto contenido de humedad e impurezas, y por lo tanto hace que reciban menores ingresos, con lo que cubren con dificultad los costos de producción y los gastos adicionales de transporte y logística hacia la piladora.

Sin embargo, la existencia de múltiples actores dentro de la cadena no garantiza que los beneficios económicos se distribuyan de manera equitativa entre quienes participan en ella. Para los pequeños productores, la etapa de comercialización puede representar uno de los principales puntos críticos, debido a que las condiciones en las que se realiza la venta están relacionadas con factores como el precio recibido, la calidad del grano, la disponibilidad de compradores, los costos de transporte, la capacidad de almacenamiento y el poder de negociación. En consecuencia, una producción técnica adecuada puede no traducirse en una rentabilidad satisfactoria cuando existen dificultades para colocar el producto en condiciones comerciales favorables.

Esta problemática adquiere especial relevancia en el cantón Yaguachi, provincia del Guayas, donde la actividad arrocería constituye una de las principales actividades agrícolas. En el recinto Las Mercedes, los productores enfrentan dificultades en particular durante la cosecha y comercialización del producto. Entre estas dificultades se encuentra la calidad del arroz entregado a los compradores, principalmente cuando el grano presenta elevados niveles de humedad e impurezas.

A esta situación se suman los costos relacionados con el transporte y la logística. Cuando los productores no disponen de medios propios o de alternativas cercanas para trasladar, secar y almacenar el arroz, pueden verse obligados a comercializarlo inmediatamente después de la cosecha. Esta condición limita la posibilidad de esperar mejores condiciones de mercado y reduce la capacidad del productor para tomar decisiones comerciales basadas en la evolución de los

precios. La situación se vuelve más compleja cuando los productores presentan un conocimiento limitado sobre la estructura de la cadena, los mecanismos de formación de precios y las posibilidades existentes para acceder a mercados alternativos.

En consecuencia, el problema de investigación se centra en la existencia de puntos críticos dentro de la cadena de comercialización del arroz en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, relacionados con la dependencia de intermediarios, la formación y negociación de precios, la calidad del producto, las limitaciones de almacenamiento, los costos de transporte, la organización de los productores y el acceso a alternativas de comercialización. Por esta razón, resulta necesario realizar un análisis integral de la cadena de comercialización, identificando sus principales actores, funciones, relaciones comerciales, canales utilizados y factores que afectan la generación y distribución del valor. El diagnóstico permitirá determinar cuáles son los principales cuellos de botella existentes en el proceso y establecer elementos técnicos que sirvan como fundamento para formular alternativas de mejoramiento.

1.2.2 Formulación del problema

¿Cuáles son los puntos críticos en la cadena de comercialización del arroz en el recinto de las Mercedes, cantón Yaguachi – Guayas?

1.3 Justificación de la investigación

El análisis de cadenas es una herramienta que permite identificar los puntos críticos y potencialidades de un producto agropecuario a lo largo de la cadena, para implementar estrategias de acción concertadas entre los principales actores y eslabones. El análisis de cadena aporta a enfrentar la pobreza de la población rural, siendo uno de los mecanismos para lograrlo precisamente el acceso a mercados en mejores condiciones. Instituciones públicas centralizadas, GAD y agricultores, buscan intervenciones generadoras de cambios significativos y sostenibles en el empleo e ingresos; para generar esos cambios es importante entender las relaciones entre los diferentes actores y eslabones tanto de la producción, como de la transformación y comercialización de los rubros relevantes a las economías de los pequeños agricultores.

La presente investigación se justifica desde el punto de vista económico, debido a que permitirá identificar y analizar los actores que intervienen en la cadena de comercialización del arroz en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, así

como las relaciones existentes entre productores, intermediarios, piladoras, comerciantes y consumidores finales. El conocimiento de la estructura y funcionamiento de esta cadena facilitará la identificación de ineficiencias, cuellos de botella y oportunidades de mejora que contribuyan a incrementar la eficiencia comercial y fortalecer la competitividad del sector arrocero local.

Desde la perspectiva social, el estudio adquiere relevancia porque la actividad arrocera constituye uno de los principales medios de subsistencia de las familias del recinto Las Mercedes. Un análisis integral de la cadena de comercialización permitirá generar información que apoye la toma de decisiones de los productores, promoviendo estrategias orientadas a mejorar sus ingresos, fortalecer su capacidad de negociación y favorecer una distribución más equitativa del valor generado a lo largo de la cadena productiva. Asimismo, los resultados podrán servir como referencia para organizaciones de productores, instituciones públicas y privadas vinculadas al desarrollo agrícola y rural.

En el ámbito técnico, la investigación proporciona información actualizada sobre los canales de comercialización, los márgenes de comercialización, la formación de precios, los costos asociados a las diferentes etapas del proceso comercial y el grado de participación de cada uno de los actores involucrados. Estos elementos permiten evaluar la eficiencia del sistema de comercialización existente y plantear alternativas que contribuyan al fortalecimiento de la cadena agroalimentaria del arroz, en concordancia con los principios de eficiencia económica, sostenibilidad y desarrollo territorial.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación aporta un procedimiento sistemático para el estudio de cadenas de comercialización agrícolas, mediante la aplicación de métodos científicos, técnicas de recolección de información, encuestas, entrevistas y análisis descriptivos que permitan caracterizar el comportamiento de los diferentes eslabones de la cadena. La metodología utilizada podrá servir como referente para futuras investigaciones relacionadas con otros sistemas agroproductivos de la región o del país.

La investigación también posee pertinencia académica, ya que contribuye a ampliar el conocimiento existente sobre la comercialización del arroz en el cantón Yaguachi, específicamente en el recinto Las Mercedes, donde la disponibilidad de estudios técnicos sobre esta temática es limitada. Los resultados constituirán un

aporte documental para estudiantes, investigadores, docentes y profesionales vinculados a las ciencias agrarias, economía agrícola y desarrollo rural.

1.4 Delimitación de la investigación

- **Espacio:** Este estudio se realizó en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, Guayas
- **Tiempo:** El estudio se efectuó entre los meses octubre – marzo del 2026
- **Población:** Población de agricultores arroceros de las Mercedes, cantón Yaguachi, Guayas

1.5 Objetivo general.

Determinar el funcionamiento de la cadena de comercialización del arroz en el recinto La Mercedes, cantón Yaguachi, Guayas

1.6 Objetivos específicos.

- Identificar mediante un diagnóstico los puntos críticos de la comercialización del arroz, en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas – Ecuador.
- Describir la dinámica de la comercialización del arroz en el recinto las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas.
- Elaborar una propuesta de mejoramiento para la comercialización de arroz en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

En Ecuador, el arroz es un cultivo que se desarrolla principalmente en la región Litoral. Estas zonas presentan un amplio rango en la distribución de los factores climáticos, que varían desde el trópico húmedo hasta el trópico seco, con temperaturas de 20 °C a 30 °C, precipitaciones máximas de 2500 mm y mínimas de 500 mm anuales, además de una humedad relativa generalmente alta. Asimismo, estas áreas son fértiles; sin embargo, su principal limitante es la inadecuada disponibilidad de agua, especialmente en extensas zonas de secano, donde el suministro hídrico depende principalmente de las lluvias (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias [INIAP], 2025).

De igual manera, la producción de arroz se realiza durante todo el año en forma escalonada, y en ciertas zonas se pueden sembrar hasta tres ciclos en el año. En 2024, la superficie sembrada a nivel nacional fue de 404 932 hectáreas. La producción se concentra principalmente en la provincia del Guayas, con el 67.7% del total nacional. Asimismo, la superficie total cosechada de arroz en el 2024 fue de 402 235 hectáreas, lo que representa un aumento del 17.3% respecto al año anterior. El cultivo de arroz está localizado casi en su totalidad en la Región Costa, donde las provincias del Guayas, Los Ríos y Manabí concentran el 98.8% de la superficie cosechada (Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua [ESPAC], 2025).

Ecuador ocupa el cuarto lugar en la producción de arroz a nivel regional. La participación del cultivo en el uso del suelo agrícola es de aproximadamente el 30%. El arroz es uno de los productos que más destaca en el cálculo del PIB agrícola del Ecuador, sin embargo, la dificultad para acceder a créditos se ha constituido en uno de las principales limitantes, lo cual ha generado problemas dentro del proceso de producción y comercialización. Estos y otros factores inmersos en las actividades del sector arrocero afectan la estructura del mercado y constituyen nuevas formas de abuso de poder que deben ser analizadas para ser corregidas y lograr un mercado más equilibrado (Superintendencia de Control del Poder de Mercado [SCPM], 2019).

De manera complementaria, Zurita et al. (2024) estudiaron la cadena de valor postcosecha del arroz en la región de Arequipa, Perú, con especial atención en las decisiones de almacenamiento adoptadas por los productores. La

investigación, publicada en la revista científica *Agriculture*, encontró que la mayoría de los agricultores estudiados procesaba el arroz inmediatamente después de la cosecha, mientras que solamente una proporción reducida almacenaba el producto antes o después del procesamiento. Los autores determinaron además que el almacenamiento no siempre generaba beneficios económicos suficientes cuando se consideraban los costos de conservación y las posibilidades de variación de precios. Estos resultados demuestran que las decisiones postcosecha deben analizarse considerando simultáneamente los costos de almacenamiento, la conservación de la calidad, los precios de mercado y las oportunidades de comercialización disponibles para los productores (Zurita et al., 2024).

Así mismo, un análisis de la cadena del arroz abarca los eslabones desde la producción agrícola hasta el consumidor final, identificando los actores involucrados como son: productores, piladoras, y distribuidores y las características del mercado, procesamiento y comercialización. Este análisis puede incluir factores como el rendimiento por hectárea, el costo de producción, las importaciones/exportaciones, el crédito público, la calidad del grano y las estrategias para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector.

Con respecto al análisis de la cadena de comercialización del arroz. En Colombia se realizó un análisis crítico de los canales de comercialización y evaluación agroeconómica de la producción de variedades de arroz, grano largo y corto, los agricultores fueron segmentados por el tamaño de propiedad, en: grandes, medianos y pequeños. En el estudio se identificó, tres cadenas comerciales por donde circula el producto antes de llegar al consumidor final, donde la industria juega un papel preponderante, captando los mayores márgenes de comercialización (más del 50%), mientras que para el agricultor la participación se limita a un 20%. Además, a partir de la industria se genera todo el proceso de acopio, elaboración y posterior distribución del producto a través de los diferentes agentes: distribuidores, mayoristas, supermercados y minoristas (Zamorano, 2025).

En Colombia, en el sitio denominado La Mojana, se realizó la caracterización del sistema productivo de arroz. Los resultados mostraron que los agricultores de arroz criollo producen en pequeñas áreas de terreno de la finca. Una parte de la producción es comercializada en los mercados locales y otra parte es utilizada para la alimentación del núcleo familiar, por lo que tiene gran importancia en la seguridad alimentaria. Se identificaron al menos 46 variedades utilizadas para la siembra, la

cual se realiza de forma manual con muy baja entrada de insumos de origen químico (Cadena-Torres et al., 2021).

En Ecuador, específicamente en la provincia de Los Ríos, en la zona de Babahoyo, se estudió el mercado del arroz pilado. Para ello, se realizó encuestas a diez personas dedicadas a la compra y venta de este producto. Los resultados demostraron que la comercialización del arroz pilado es rentable; sin embargo, existen problemas relacionados con la competencia del mercado y la calidad del producto. En la actualidad, la comercialización del arroz ha experimentado cambios significativos debido a modificaciones en las prácticas de comercialización, por lo que es necesario fortalecer mecanismos que incidan en los precios y los márgenes de comercialización de esta gramínea (Goyes et al., 2020).

2.2 Bases científicas y teóricas de la temática

2.2.1 La Cadena de comercialización

En términos agropecuarios se entiende por cadena al conjunto de actores económicos que participan directamente en los eslabones tanto de producción como en la transformación y en el traslado hasta el mercado de un mismo producto agropecuario, es decir, es un sistema de actores interrelacionados por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto en un territorio determinado. El éxito de la comercialización de ese sector dependerá pues de que la producción se oriente a satisfacer la demanda del mercado (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2025).

2.2.1.1. Tipos de cadenas en el sector agropecuario

Ampliar el uso de la biotecnología y aumentar la inversión en investigación y desarrollo será fundamental para fortalecer las cadenas de valor agropecuarias. en este sentido en el sector agropecuario. Se conocen al menos tres tipos de cadenas, que es necesario diferenciarlas (Restrepo, 2020).

- Cadena de comercialización, que se remite tan solo al traspaso comercial del producto de un eslabón a otro;
- Cadena productiva incluye en el análisis a los proveedores de insumos y prestadores de servicios de asistencia técnica;

cadena de valor, analiza el rol de los actores, sus relaciones, puntos críticos, e incorpora información concreta sobre el mercado del producto analizado,

identificando a compradores con demandas específicas, lo que permite mejorar la competitividad, asegurar calidad, mercado y sostenibilidad.

2.2.2 Eslabones de la cadena del arroz

Los elementos principales de la cadena del arroz, según la FAO, son los eslabones que van desde la producción agrícola hasta el consumidor final. Estos incluyen la producción (cosecha del arroz cáscara), el procesamiento industrial (trillado, secado, molienda) y la comercialización (distribución, empaque y venta), culminando en el consumo (FAO, 2025).

2.2.3 Producción agrícola

El arroz, es uno de los pilares de la dieta de cerca de la mitad de la población mundial. Fundamental para la alimentación humana, la economía agrícola y el ecosistema del planeta. En el cultivo de arroz, las plantas al inicio del proceso del cultivo necesitan un entorno húmedo, por lo que los arrozales se ubican en, tierras bajas inundadas y campos encharcados alrededor de los ríos. *Oryza sativa*, también conocido como arroz común asiático, es el tipo más cultivado y consumido en el mundo. Hay dos tipos principales de arroz: índica, con granos más largos, y japónica, con granos más cortos. Algunas especies, como el arroz integral, presentan variedades de grano largo y corto. El arroz de grano largo tiene menos almidón y más materia seca que el de grano corto. El arroz de grano largo es el más rentable de entre todos los tipos. Por lo que los agricultores deben sembrar este tipo de variedad (EOS Data Analytics [EOSD], 2026).

2.2.4 Producción mundial de arroz

Con una población mundial en aumento, el arroz sigue siendo un alimento básico esencial. Por lo tanto, es crucial cultivar arroz de la manera más eficiente posible, teniendo en cuenta las mejores condiciones para el crecimiento del arroz y minimizando al mismo tiempo el impacto negativo sobre el medioambiente de su alrededor. De ahí que se debe sembrar de cultivo de arroz y las consumidas como: Grano largo: Basmati, Jazmín, Mogra, Carolina Gold, Salvaje, Rojo y Negro; Grano medio y corto: Arborio, Koshihikari, Valencia, Carnaroli, Calasparra, Baldo y Bomba. Como resultado se tiene que la producción mundial de arroz alcanzará en 2025/26 el nuevo máximo de 556,4 millones de toneladas (arroz elaborado), es decir, 1.0 millones de toneladas más de lo previsto en septiembre, lo que supone una expansión anual del 1.2% (FAO, 2025).

2.2.4.1. Consumo de arroz a nivel mundial

En la temporada 2023/24 se registró el mayor volumen de consumo de arroz a nivel mundial tras seis años de aumento sostenido, alcanzando los 523,03 millones de toneladas. Las proyecciones indican que en la próxima campaña este número seguirá creciendo, superando los 527 millones de toneladas (Orus, 2024).

2.2.5 Producción de arroz en Ecuador

En Ecuador el arroz es uno de los cultivos más estratégicos para la seguridad alimentaria, representa la base de la dieta diaria de millones de familias y sustenta la economía de miles de agricultores, especialmente en la región Costa. Actualmente, Ecuador consume cerca de 65 000 toneladas de arroz al mes, lo que hace que este cultivo tenga un peso estratégico tanto en términos económicos como de seguridad alimentaria (Diario El Productor [DEP], 2025).

2.2.5.1. Consumo de arroz en el Ecuador

El consumo per cápita anual se estima en unos 50 kilogramos por persona. El país cuenta con 404932 hectáreas comerciales dedicadas al cultivo de arroz (ESPAC, 2024).

2.2.6 Procesamiento industrial

El arroz, uno de los cereales más consumidos a nivel mundial, pasa por un meticuloso proceso industrial antes de llegar a las mesas de los consumidores. Según INPROARROZ el proceso es el siguiente (Baquero, 2024).

2.2.6.1. Recepción y Pesaje

Todo comienza en la báscula de la planta procesadora. Aquí, se recibe el arroz cosechado y se pesa meticulosamente. Esta etapa es crucial para determinar la cantidad de materia prima disponible y planificar las etapas subsiguientes del procesamiento.

2.2.6.2. Limpieza y Preparación

Una vez pesado, el arroz es sometido a una limpieza exhaustiva. Se eliminan impurezas como piedras, polvo y otros materiales extraños. Este proceso garantiza la pureza y la calidad del grano antes de entrar en la fase de procesamiento propiamente dicha. Luego de esto se almacena por un tiempo no mayor a 30 días aproximadamente.

2.2.6.3. Descascarillado

El descascarillado es el proceso donde se retira la cáscara exterior del arroz. Se realiza con cuidado para evitar dañar el grano. Esta etapa es fundamental para

transformar el arroz paddy en arroz cáscara, el cual está más cerca de lo que consumimos en nuestros hogares.

2.2.6.4. Pulido o blanqueo

El arroz cáscara pasa por máquinas pulidoras para remover el salvado. Este proceso también se conoce como blanqueo y es el que le da al arroz su apariencia blanca y brillante característica. El grado de pulido puede variar según los requerimientos del mercado.

2.2.7 Clasificación y control de calidad

Posteriormente, el arroz es clasificado por tamaño y forma. Durante esta fase, se realizan rigurosos controles de calidad para asegurar que solo los granos que cumplen con los estándares establecidos lleguen al consumidor. Este proceso incluye la eliminación de granos quebrados o defectuosos (Análisis de arroz [Rice Analyzer], 2025).

2.2.7.1. Empaque y almacenamiento

Una vez clasificado y aprobado, el arroz se empaqueta en diferentes formatos, dependiendo de los requerimientos del mercado y los clientes. Los empaques van desde pequeñas bolsas para venta al por menor hasta grandes sacos para la venta al por mayor. Posteriormente, el producto empaquetado se almacena en condiciones óptimas hasta su distribución.

2.2.7.2. Distribución y despacho

Finalmente, el arroz empaquetado se distribuye a través de una cadena logística eficiente, asegurando que llegue fresco y en perfectas condiciones a supermercados, tiendas y otros puntos de venta.

En este proceso, las piladoras juegan un papel muy importante, muelen el arroz en cáscara para transformarlo en arroz pilado (blanco) o integral. El proceso incluye secado, limpieza y descascarado. El procesamiento industrial del arroz requiere de precisión y eficiencia, cada etapa debe garantizar la calidad del producto final. Este proceso combina, la tradición agrícola con la tecnología, asegurando que el arroz, esencial en la dieta global, cumpla estándares de calidad para la seguridad alimentaria

2.2.7.3. Comercialización

La comercialización del arroz en Ecuador es una cadena en la que participan pequeños, medianos y grandes productores. Piladoras, distribuidores y comercializadores, con un fuerte enfoque en el consumo interno, ya que el 96% de

la producción se destina a este mercado. El precio mínimo de sustentación de la saca de arroz paddy grano corto está en 34 dólares, y la de grano largo en 36 dólares, con 20% de humedad y 5% de impurezas (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2025).

2.3 Marco legal

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador

Art. 281.- La Constitución de Ecuador de 2008 consagró la soberanía alimentaria constituyen un objetivo estratégico del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentaria y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.
6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.
7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiadas para garantizar la soberanía alimentaria.
9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de la biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.
10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como las de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.
11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.
12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras. (p.91)

Art. 340.- El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo. El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación. El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte. (p.106)

Art. 341.- El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad. La protección integral funcionará a través de sistemas especializados, de acuerdo con la ley. Los sistemas especializados se guiarán por sus principios específicos y los del sistema nacional de inclusión y equidad social. El sistema nacional descentralizado de protección integral de la niñez y la adolescencia será el encargado de asegurar el ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescentes. Serán parte del sistema las instituciones públicas, privadas y comunitarias. (p.106)

Art. 387.- Será responsabilidad del Estado:

1. Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo.
2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al sumak kawsay.
3. Asegurar la difusión y el acceso a los conocimientos científicos y tecnológicos, el usufructo de sus descubrimientos y hallazgos en el marco de lo establecido en la Constitución y la Ley.
4. Garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respecto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.
5. Reconocer la condición de investigación de acuerdo con la Ley. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, [Art. 281, 340, 341 y 387], p.117).

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Enfoque de la investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), debido a que integro procedimientos de recopilación, análisis e interpretación de información numérica y descriptiva con el propósito de comprender de manera integral la cadena de comercialización del arroz (*Oryza sativa*) en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas.

El enfoque cuantitativo permitió obtener información medible relacionada con variables como el volumen de producción comercializada, precios de compra y venta, entre otros. Estos datos fueron recopilados mediante la aplicación de encuestas estructuradas a los productores y demás actores de la cadena, y luego procesados mediante técnicas de estadística descriptiva. El enfoque cualitativo permitió comprender las características, relaciones e interacciones existentes entre los diferentes actores que conforman la cadena de comercialización.

3.1.1 Tipo y alcance de la investigación

3.1.1.1. Investigación documental

La presente investigación es de tipo descriptivo, documental ya que se utilizó libros, revistas científicas e informe sobre la producción y comercialización del arroz. bibliográfica.

3.2 Metodología

3.2.1 Variables

3.2.1.1. Variable independiente

Las variables de estudio en la cadena de comercialización del arroz pueden incluir factores como el precio, la calidad, la infraestructura de almacenamiento, la demanda, la oferta, la rentabilidad, el clima, las políticas gubernamentales y las tendencias del mercado. La identificación y el análisis de estas variables pueden ayudar a entender mejor la dinámica de la cadena de comercialización del arroz.

3.2.1.2. Variables dependientes

3.2.1.2.1. Precio del arroz.

El precio del arroz constituye uno de los principales factores que determinan el comportamiento de la cadena de comercialización, debido a que influye directamente en las decisiones de producción, compra y venta de los diferentes actores involucrados. Este precio se encuentra condicionado por la interacción entre la oferta y la demanda, los costos de producción, los costos de transporte, la

calidad del grano, la estacionalidad de la cosecha, la presencia de intermediarios y las políticas comerciales vigentes.

3.2.1.2.2. Calidad del arroz.

La calidad del arroz representa un atributo fundamental para la comercialización, ya que determina su aceptación en el mercado y su valor económico. La calidad está relacionada con características físicas, comerciales y sanitarias del grano, tales como el porcentaje de humedad, el grado de pureza, el porcentaje de granos enteros y quebrados, el color, el tamaño, la presencia de impurezas y el estado de conservación.

Desde el punto de vista comercial, la calidad influye en la preferencia de los compradores, en la capacidad de negociación del productor y en la rentabilidad de toda la cadena.

3.2.1.2.3. Infraestructura de almacenamiento.

La infraestructura de almacenamiento comprende las instalaciones, equipos y condiciones técnicas destinados a conservar el arroz después de la cosecha y antes de su comercialización. Un almacenamiento adecuado permite mantener la calidad física y sanitaria del grano, controlar el contenido de humedad, reducir pérdidas postcosecha y minimizar el ataque de plagas, hongos y otros agentes que deterioran el producto.

La disponibilidad y el estado de esta infraestructura inciden directamente en la eficiencia de la cadena de comercialización, ya que permiten a los productores conservar el arroz durante períodos más prolongados y comercializarlo en condiciones más favorables de precio.

3.2.1.2.4. Demanda de arroz.

Corresponde a la cantidad de producto que los consumidores están dispuestos a adquirir en un período determinado y a un precio específico. Este comportamiento depende de diversos factores, entre ellos el precio del arroz, el ingreso de los consumidores, la calidad del producto, las preferencias alimenticias, la disponibilidad de productos sustitutos y las condiciones del mercado.

3.2.1.2.4. Oferta de arroz.

La oferta hace referencia a la cantidad de producto disponible para su comercialización durante un período determinado. Esta variable está influenciada por factores como la superficie cultivada, el rendimiento del cultivo, las condiciones climáticas, la disponibilidad de insumos, los costos de producción, el acceso al

financiamiento, la tecnología utilizada y las políticas de importación y exportación que afectan el abastecimiento del mercado.

El estudio de la oferta permitió identificar el volumen de producción disponible en el recinto Las Mercedes y analizar cómo las variaciones en la producción local repercuten sobre los precios, la competencia entre productores y el funcionamiento de la cadena de comercialización.

3.2.2 Matriz de operacionalización

Tabla 1.
Variables dependientes

Variable	Tipo de variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores
Precio del arroz	Dependiente	Valor monetario asignado al arroz en el mercado, determinado por la interacción entre la oferta y la demanda.	Precio promedio por quintal o tonelada registrado en el mercado local durante el período de estudio.	Precio por Kg, variación mensual, margen de comercialización.
Calidad del arroz	Dependiente	Conjunto de características físicas y comerciales que determinan el grado de aceptación del arroz en el mercado.	clasificación del arroz según estándares comerciales (grado, porcentaje de grano partido y nivel de humedad)	Grado comercial, porcentaje de grano quebrado, nivel de humedad.
Infraestructura de almacenamiento	Dependiente	Conjunto de instalaciones destinadas a conservar el arroz en condiciones después de la cosecha.	Número, capacidad y condiciones de silos o almacenes disponibles en la zona de estudio.	Capacidad instalada tipo de almacenamiento, condiciones sanitarias.
Demanda del arroz	Dependiente	Cantidad de arroz que los consumidores están dispuestos a adquirir a un determinado precio en un período específico.	Volumen total de ventas de arroz registradas en el mercado local durante el período de análisis.	Volumen vendido, frecuencia de compra, consumo per cápita.
Oferta del arroz	Dependiente	Cantidad total de arroz disponible en el mercado proveniente de la producción e importaciones.	Volumen total de producción e ingreso de arroz al mercado durante el período de estudio.	Producción anual, importaciones, inventarios disponibles.
Rentabilidad de los productores	Dependiente	Beneficio económico obtenido por los productores luego de cubrir los costos de producción y comercialización.	Diferencia entre ingresos por ventas y costos totales de producción en el período evaluado.	Margen de ganancia, costos de producción, ingresos netos.

Elaborado por: La Autora, 2026

3.2.3 Diseño experimental

Este estudio no aplicó un diseño experimental sino descriptivo transversal con un diseño de muestreo no probabilístico para estudio de la cadena de comercialización a través de encuesta que abordará el análisis de la cadena de comercialización del arroz (Oriza Sativa).

3.2.4 Recolección de datos

Los datos se los recolectó mediante encuestas en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas.

3.2.4.1. Recursos

3.2.4.1.1. Recursos bibliográficos.

Para obtener la información necesaria en esta investigación, se utilizaron diversas fuentes documentales, tales como:

- Libros: Obras escritas que proporcionan una visión general o detallada sobre un tema específico.
- Artículos de investigación: Publicaciones periódicas que presentan resultados de investigaciones originales.
- Tesis y disertaciones: Trabajos de investigación originales realizados por estudiantes de posgrado.
- Revistas científicas: Publicaciones periódicas que contienen artículos de investigación y revisión sobre un tema específico.
- Bases de datos: Colecciones de información que se pueden buscar y recuperar en línea.

3.2.4.1.2. Recursos financieros.

Los gastos relacionados con la investigación fueron cubiertos en su totalidad por la tesista, incluidos los recursos como papelería, impresiones y transporte para la ejecución del trabajo de campo.

3.2.4.1.3. Recursos humanos.

La autora fue la responsable de llevar a cabo este proyecto de investigación, contó con el acompañamiento del docente tutor de la Universidad Agraria del Ecuador.

3.2.4.2. Métodos y técnicas

3.2.4.2.1. Métodos de investigación.

Método investigativo. - El método permitió recoger toda la información necesaria de fuentes científicas que ayudaron a recopilar la mayor información bajo los objetivos planteados.

Método deductivo. - El método permitió diferenciar entre datos obtenidos de la investigación con otros resultados de investigaciones previas ya realizadas, con la finalidad, de adquirir resultados técnicos en la investigación.

Método analítico. - Este método permitió analizar los componentes de la problemática del entorno a la comercialización de esta gramínea para identificar falencias de la cadena de valor.

3.2.4.2.1. Técnicas de investigación.

La técnica descriptivo-transversal es un enfoque de investigación que se utilizó para describir las características de los integrantes de la cadena de comercialización del arroz, en el presente estudio se utilizó la metodología de la encuesta, que es un enfoque sistemático para recopilar datos a través de preguntas y respuestas, de los principales actores de la cadena de comercialización del arroz, como son: los productores de arroz y las piladoras existentes en el sector. Esta información sirvió para determinar, los puntos críticos en la cadena de comercialización del arroz en el Guayas.

Para el primer objetivo se realizó un sondeo rápido de mercado, los principales problemas y factores que afectan la comercialización del arroz, con el propósito de recopilar información directa de los actores involucrados en la cadena de comercialización del arroz, tales como productores, intermediarios, distribuidores y comerciantes minoristas de la provincia del Guayas.

Para el segundo objetivo se llevó a cabo un análisis relacional de la de cadena comercialización del arroz, con el fin de identificar como interactúan los distintos actores, productores, intermediarios, distribuidores, minoristas y consumidores y como dichas interacciones impactan en los ingresos y sostenibilidad económica de los pequeños agricultores arroceros del Guayas.

Con el tercer objetivo, se realizó un análisis integral de la cadena de valor del arroz, se identificó sus fortalezas, oportunidades y capacidades productivas, comerciales y organizativas. Este proceso permitió establecer estrategias conjuntas entre los distintos actores que intervienen en la comercialización del producto dentro de la provincia del Guayas.

3.2.5 Población y muestra

3.2.5.1. Población

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), en el cantón Yaguachi de la provincia del Guayas, hay un número significativo de productores de arroz. Sin embargo, no hay una cifra exacta disponible sobre el número total de productores de arroz en Yaguachi. Motivo por el cual se diseñó una muestra representativa que permita conocer la problemática del Sector y además se

realizara conversaciones con los principales actores de la cadena de comercialización del arroz como son las piladoras existentes en el Guayas.

3.2.5.2. Muestra

El tamaño de la muestra fue determinado mediante la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas, obteniéndose una muestra teórica de 43 productores. No obstante, debido a factores relacionados con la accesibilidad y disponibilidad de los participantes, se obtuvo información efectiva de 40 productores arroceros, equivalente al 93% de la muestra estimada. Esta cobertura se considera suficiente para caracterizar la población de estudio y analizar los puntos críticos de la comercialización del arroz en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi.

Formula:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.645 * 20\% * 80\%}{10\%}$$

$$n=43.30$$

Donde:

- **n:** Tamaño de muestra buscado
- **Z:** Parámetro estadístico que depende del Nivel de Confianza (NC)
- **e:** Error de estimación máximo aceptado
- **p:** Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
- **q = (1 – p):** Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

De igual manera, se completó el estudio con un censo a los responsables de la comercialización del arroz en este caso las piladoras existentes en el lugar de estudio. para lo cual se diseñará la encuesta respectiva.

3.2.6 Análisis estadístico

Este estudio no aplico un diseño experimental sino descriptivo transversal con un diseño de muestreo no probalístico para estudio de la cadena de comercialización a través de encuesta que abordará el análisis de la cadena de comercialización del arroz (*Oriza Sativa*).

4. RESULTADOS

4.1 Identificación mediante un diagnóstico los puntos críticos de la comercialización del arroz, en el reciento Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas – Ecuador.

En las zonas arroceras de Ecuador, especialmente en provincias como Guayas y Los Ríos, se ha observado que una gran parte de los productores vende su cosecha inmediatamente después de la recolección debido a la necesidad de liquidez, lo que limita su capacidad de obtener precios favorables. Además, la concentración de compradores y la participación de intermediarios generan asimetrías de información que afectan negativamente los ingresos del agricultor.

Diversos estudios sobre cadenas agroalimentarias señalan que la principal limitante para mejorar los ingresos de pequeños y medianos productores no es únicamente la producción, sino la eficiencia en los procesos de comercialización. Por ello, el análisis de los puntos críticos de la comercialización se convierte en una herramienta fundamental para identificar cuellos de botella, diseñar estrategias de fortalecimiento organizacional y promover una distribución más equitativa del valor generado en la cadena arroceras.

De ahí que, el conocimiento de los puntos críticos de la comercialización del arroz constituye un factor determinante para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad económica de los productores, ya que permite identificar limitaciones relacionadas con la formación de precios, intermediación, acceso a mercados, costos de comercialización y poder de negociación. La comprensión de estos aspectos contribuye a optimizar la toma de decisiones comerciales, incrementar los ingresos del agricultor y fortalecer su competitividad dentro de la cadena agroproductiva. En consecuencia, el análisis de los puntos críticos de comercialización representa una herramienta estratégica para el desarrollo económico de los productores arroceros y para la formulación de políticas orientadas al fortalecimiento del sector agrícola.

El presente estudio permitió identificar que los puntos críticos más importantes en la comercialización del arroz, en el reciento Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas – Ecuador. Están relacionados a las siguientes variables:

4.1.1 Edad de los productores

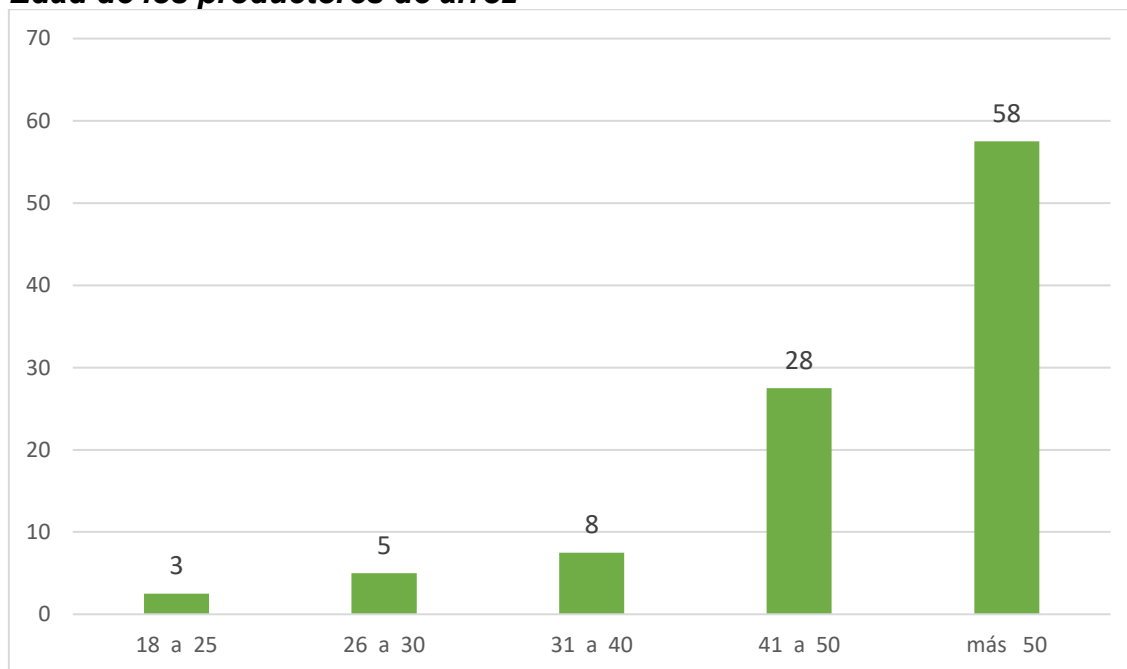
Se determinó que la elevada participación de productores mayores de 50 años refleja un sector arrocero con amplia experiencia productiva, pero con desafíos asociados al relevo generacional y a la incorporación de prácticas comerciales modernas. Esta situación puede influir en la permanencia de limitaciones dentro de los procesos de comercialización, por lo que resulta necesario promover programas de capacitación, fortalecimiento organizacional e inclusión de jóvenes agricultores, con el fin de mejorar la competitividad, el acceso a mercados y la rentabilidad de la actividad arrocera.

Tabla 2.
Edad de los productores arroceros

Indicador	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25	1	0.03	3
26 a 30	2	0.05	5
31 a 40	3	0.08	8
41 a 50	11	0.28	28
más 50	23	0.58	58
Total	40	1.00	100

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 1.
Edad de los productores de arroz



Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.2 Educación de los productores

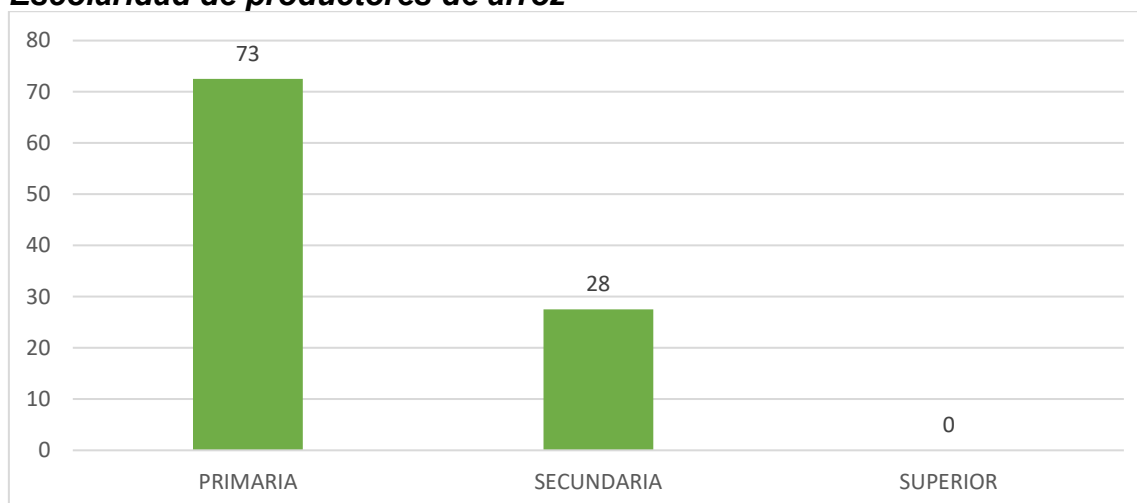
El predominio de productores con instrucción primaria limita la capacidad para adoptar innovaciones, acceder a información estratégica y fortalecer su poder de negociación en el mercado. Esta situación contribuye a la permanencia de deficiencias en la comercialización del arroz, por lo que es necesario fortalecer los procesos de capacitación y asistencia técnica para mejorar la competitividad y rentabilidad de los productores del recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi.

Tabla 3.
Escolaridad de productores de arroz

Indicador	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	29	0.7	73
Secundaria	11	0.3	28
Superior	0	0	0
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 2.
Escolaridad de productores de arroz



Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.3 Tiempo dedicado al cultivo

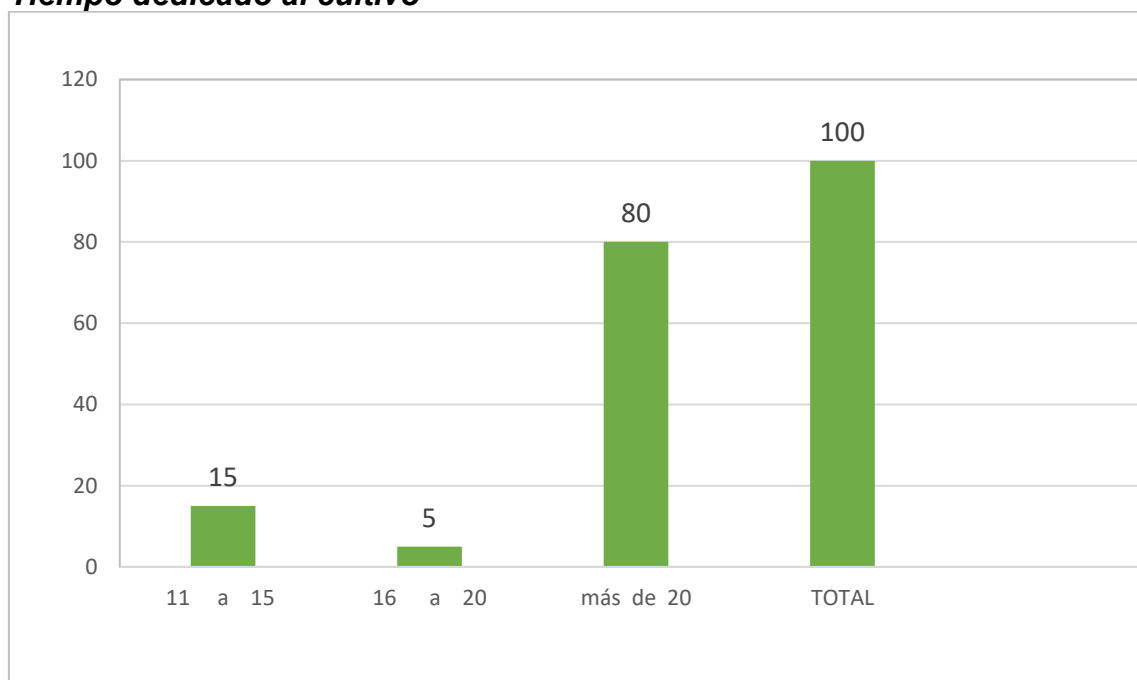
En el presente estudio se determinó que la mayoría de los agricultores 80%, cuenta con más de 20 años de experiencia en la actividad agrícola. No obstante, se destaca que, pese a la experiencia acumulada, es fundamental la actualización constante en conocimientos y tecnologías, siendo la transferencia de información un elemento clave para mejorar la adopción de innovaciones en el sector agropecuario.

Tabla 4.
Tiempo dedicado al cultivo

Indicador	Número	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 años	0	0.00	0
6 a 10	0	0.00	0
11 a 15	6	0.15	15
16 a 20	2	0.05	5
más de 20	32	0.80	80
Total	40	1.00	100

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 3.
Tiempo dedicado al cultivo



Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.4 Superficie sembrada de arroz

En el presente estudio se determinó que el 100% de los productores son pequeños agricultores, ya que cultivan arroz en superficies menores a cinco hectáreas. Este resultado es consistente con la estructura productiva del país, donde predomina la agricultura de pequeña escala. Por esto se señala que la región Costa concentra la mayor superficie agropecuaria y que el cultivo de arroz se desarrolla durante todo el año.

Tabla 5.
Superficie sembrada

Indicadores	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	40	1	100
6 a 10	0	0	0
11 a 15	0	0	0
más de 15 has	0	0	0
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.5 Tipo de siembra utilizada

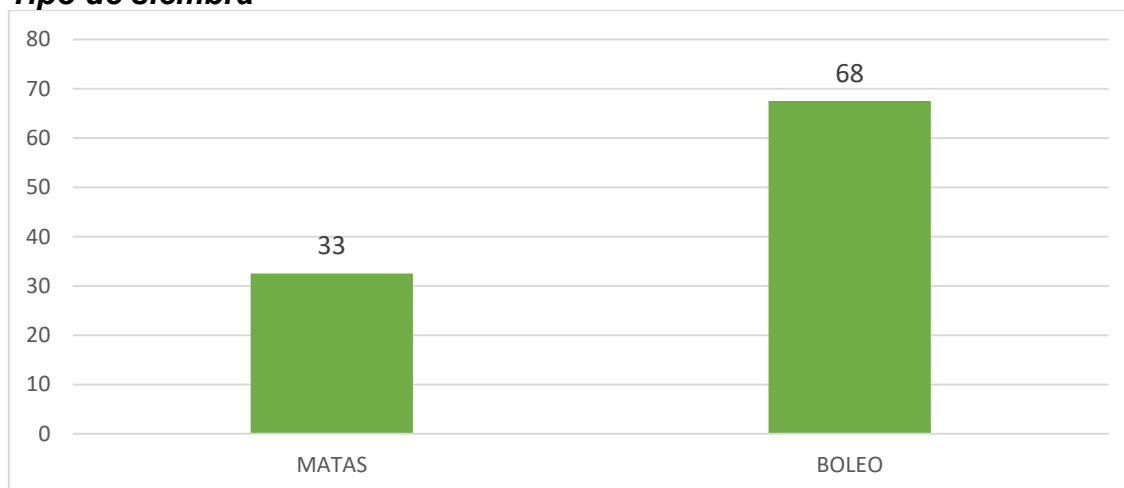
Tabla 6.
Tipo de siembra

Indicador	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
Matas	13	0.325	33
Boleo	27	0.675	68
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026

El arroz se cultiva en la zona inundable, correspondiente a la cuenca baja del río Guayas. Se identifican dos tipos de siembra, el 33% de los productores siembran con "matas" y el 67% al "boleo". Estas dos formas de producir reflejan dos tipos de productores: los que no tienen los recursos necesarios para producir y por lo tanto, siembran al boleto y el productor arrocero que cuenta con más recursos y siembra en semilleros, así produce sus propias plantas y luego las siembra (mateado).

Figura 4.
Tipo de siembra



Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.6 Producción de arroz en cáscara en sacas de 110 libras/ha

Los resultados obtenidos muestran que el 73% de los productores de arroz registran rendimientos entre 36 y 40 sacas de 210 libras por hectárea, mientras que el 10% alcanza entre 41 y 50 sacas y solo el 13% obtiene entre 51 y 60 sacas por hectárea. Estos resultados señalan un rendimiento promedio para la provincia del Guayas de 5.39 TM/ha, equivalente a 51.33 sacas de 210 libras por hectárea.

Tabla 7.

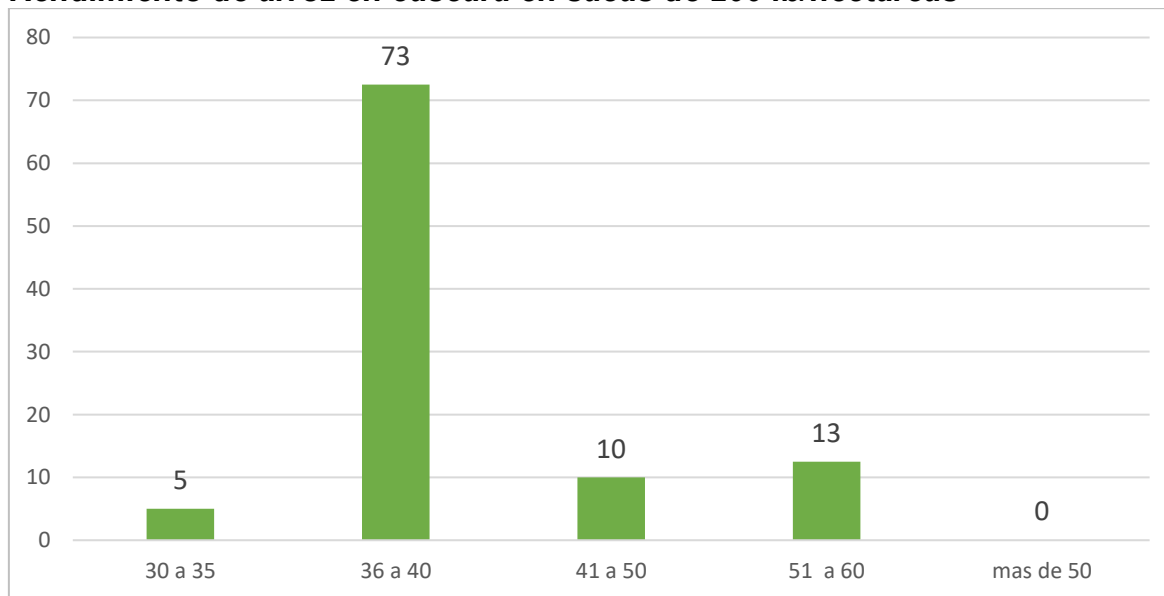
Producción de arroz en cascara en sacas de 210 libras/hectáreas

Indicador	Número	Frecuencia	Porcentaje
30 a 35	2	0.05	5
36 a 40	29	0.725	73
41 a 50	4	0.1	10
51 a 60	5	0.125	13
Mas de 50	0	0	0
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 5.

Rendimiento de arroz en cáscara en sacas de 200 lb/hectáreas



Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.7 Tipo de semilla utilizada

Los resultados del estudio evidencian que el 100% de los productores arroceros utilizan semilla certificada, lo cual representa un aspecto positivo en términos de adopción tecnológica y cumplimiento de normativas vigentes. Este

comportamiento coincide con lo señalado por el INIAP, que enfatiza el uso de semillas de alto rendimiento con características de resistencia y calidad, como un factor clave para mejorar la productividad del cultivo.

Tabla 8.

Tipo de semilla utilizada en el cultivo de arroz

Indicador	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
Propia	0	0	0
Certificada	40	1	100
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.8 Sistema de producción

El sistema de producción arrocero es 100% tecnificado, evidenciado por el uso generalizado de semilla certificada. No obstante, su eficiencia depende de la adecuada integración de prácticas de manejo agronómico, para maximizar la productividad y sostenibilidad del cultivo.

Tabla 9.

Sistema de producción

Indicador	Número	Frecuencia	Porcentaje
Tradicional	0	0	0
Tecnificado	40	1	100
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.9 Destino de venta del arroz

Se determinó que el 90% comercializan a intermediarios, el 10% de los productores comercializan el arroz a las piladoras existentes en la zona.

Tabla 10.

Destino de venta de venta de arroz

Indicador	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
Intermediario	36	0,9	90
Piladora	4	0,1	10
Mayorista	0	0	0
Consumidor	0	0	0
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.10 Canal de comercialización del arroz

En la presente investigación se determinó que el 100% de los productores de arroz utilizan un canal directo corto para su comercialización.

Tabla 11.

Canal de comercialización de arroz

Indicadores	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
Directo	0	0	0
Indirecto Corto	40	1	100
Indirecto Largo	0	0	0
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.11 Precio del arroz en cascara

En el presente estudio se determinó que, el 100% de los productores comercializa el arroz en cascara a un precio que oscila entre 31 a 35 dólares la saca de 200 libras. Esos valores se sitúan ligeramente por debajo del Precio Mínimo de Sustentación (PMS) oficializado por el MAGAP el cual establece para el programa de compra pública un pago de \$34 para el grano corto y \$36 para el grano largo, ambos aplicables a la saca regulada de 205 libras.

Tabla 11.

Precio del arroz en cascara

Indicador	Número	Frecuencia	Porcentaje
26 a 30	0	0	0
31 a 35	40	1	100
36 a 40	0	0	0
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026

4.1.12 Forma de pago en la comercialización del arroz

El estudio determinó que el 100% de los productores arroceros comercializa su cosecha al contado. Las piladoras privadas operan bajo pago inmediato (sujeto a penalizaciones por humedad) o pago aplazado a corto término, generando este último rechazo gremial por inseguridad financiera.

Tabla 12.**Forma de pago en la comercialización del arroz**

Indicador	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
Contado	40	1	100
Crédito	0	0	0
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026**4.1.13 Frecuencia de venta de arroz**

En el presente estudio el 100% de los productores comercializa su arroz en forma inmediata, los pequeños y medianos agricultores arroceros venden su cosecha inmediatamente debido a la necesidad urgente de pagar deudas de insumos, el rápido deterioro del grano húmedo y la falta de secadoras o silos propios. Esta dependencia de las piladoras industriales convierte la venta directa en la opción más viable para evitar pérdidas, a pesar de las desventajas en el precio.

Tabla 13.**Frecuencia de venta de arroz**

Indicador	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
Inmediata	40	1	100
Almacenada	0	0	0
Total	40	1	100

Elaborado por: La Autora, 2026**4.1.14 Diagnóstico de los puntos críticos de la comercialización del arroz en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi****1. Perfil de los productores**

- El 58% de los productores tiene más de 50 años.
- El 73% posee únicamente educación primaria.
- El 80% cuenta con más de 20 años de experiencia en el cultivo.
- El 100% son pequeños productores con superficies menores a 5 ha.

2. Características productivas

- El 68% realiza la siembra al boleó y el 33% mediante mateado.
- El 100% utiliza semilla certificada y sistemas de producción tecnificados.

- El 73% obtiene rendimientos entre 36 y 40 sacas de arroz en cáscara por hectárea, inferiores al promedio provincial.

3. Características comerciales

- El 90% vende su cosecha a intermediarios.
- Solo el 10% comercializa directamente con piladoras.
- El 100% utiliza un canal de comercialización indirecto corto.
- El 100% vende el arroz entre 31 y 35 USD por saca.
- El 100% recibe pago al contado.
- El 100% comercializa la producción inmediatamente después de la cosecha.

4. Principales puntos críticos identificados

- Dependencia de intermediarios para la venta del arroz.
- Variabilidad y limitada capacidad de negociación de precios.
- Falta de infraestructura de almacenamiento y secado.
- Comercialización inmediata por necesidad de liquidez.
- Escasa organización asociativa entre productores.
- Bajo acceso a información de mercado.
- Predominio de productores de edad avanzada y con bajo nivel educativo

4.2 Descripción de la dinámica de comercialización del arroz en el recinto las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas

Los resultados de la investigación permitieron evidenciar que la comercialización del arroz en el recinto Las Mercedes se desarrolla a través de una cadena tradicional compuesta por productores, intermediarios, piladoras, mayoristas, detallistas y consumidores finales. La mayoría de los agricultores comercializa su producción mediante la venta directa a intermediarios que adquieren el grano en la finca, debido principalmente a la necesidad de obtener liquidez inmediata para cubrir los costos de producción y las deudas generadas durante el ciclo agrícola.

De igual manera, se determinó que aproximadamente el 90% de los productores vende el arroz a pie de finca a comerciantes locales, mientras que apenas un 10% comercializa directamente con las piladoras del sector. Este comportamiento responde a las limitaciones económicas, de transporte y de almacenamiento que enfrentan los agricultores, quienes prefieren asegurar la venta del producto inmediatamente después de la cosecha.

Asimismo, se observó que las piladoras constituyen el eslabón más importante dentro de la cadena de comercialización, ya que cumplen funciones de acopio, secado, pilado y comercialización del arroz. Estas empresas poseen una alta capacidad de negociación debido al volumen de producto que manejan, lo que les permite establecer los criterios de calidad y los precios de compra del grano a los productores.

Los resultados también evidencian que los agricultores reciben una participación reducida del precio final pagado por el consumidor. Del valor final del quintal de arroz comercializado en el mercado nacional, el productor percibe aproximadamente el 36%, así obtienen un margen de utilidad cercano al 4%, mientras que los mayores beneficios económicos se concentran en los intermediarios mayoristas y las piladoras.

Otro aspecto identificado fue la influencia de la calidad del grano en el proceso de comercialización. Los productores manifestaron que las piladoras realizan descuentos cuando el arroz presenta niveles de humedad superiores al 20% o impurezas mayores al 5%, situación que reduce el precio recibido por la cosecha. Esta problemática está relacionada con deficiencias en los procesos de cosecha y postcosecha, así como con la falta de infraestructura para el secado y almacenamiento del producto.

Además, se observó que los productores tienen un conocimiento limitado sobre los diferentes actores que participan en la cadena de valor del arroz y sobre los mecanismos de formación de precios, lo que disminuye su capacidad de negociación y fortalece la dependencia hacia los intermediarios. Esta situación dificulta la búsqueda de mercados alternativos que permitan mejorar los ingresos obtenidos por la actividad productiva.

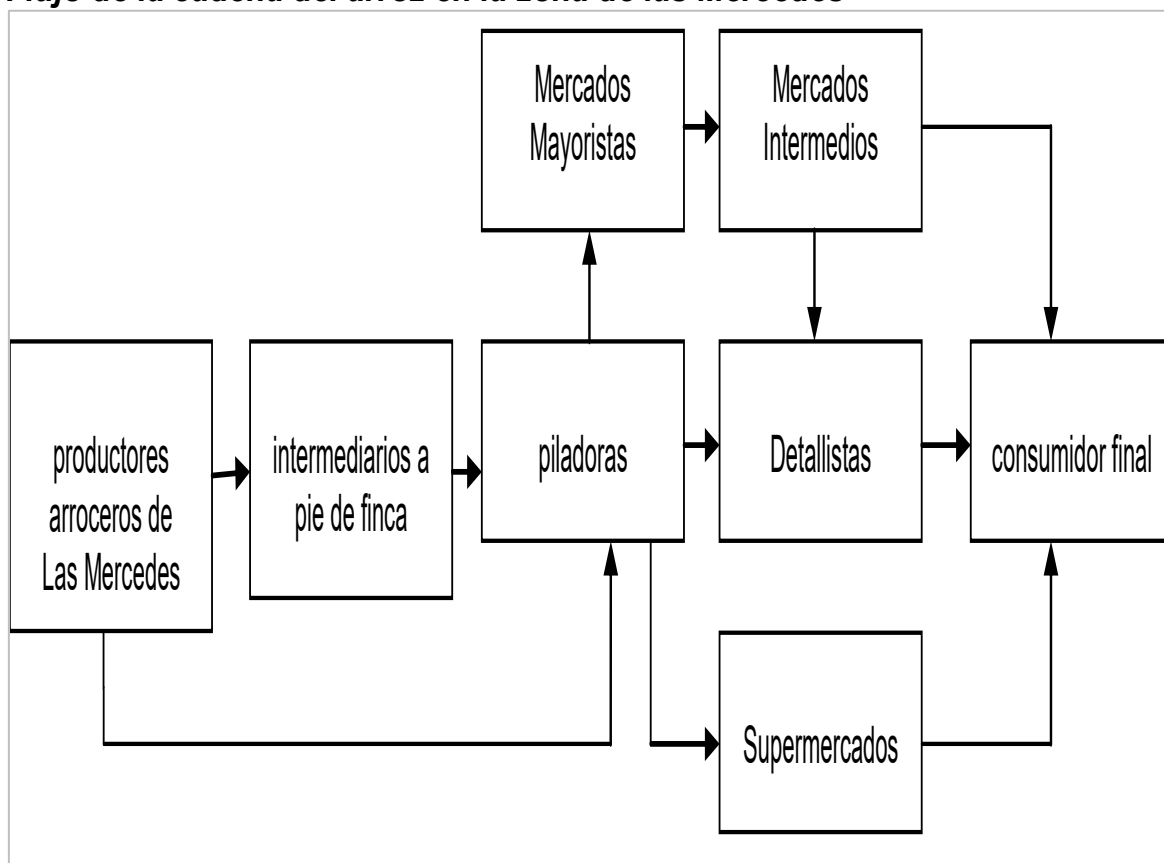
En términos generales, la dinámica de comercialización del arroz en el recinto “Las Mercedes” se caracteriza por una alta participación de intermediarios, escasa organización entre productores, limitada capacidad de almacenamiento y un bajo poder de negociación de los agricultores.

Tabla 14.

Actores y funciones de la cadena del arroz en “Las Mercedes”.

Eslabón de la Cadena	Actor	Función	Observaciones
Producción	Agricultores de Las Mercedes	Adquisición de insumos Manejo tecnológico del cultivo Aporte de mano de obra	Producción convencional (agroquímicos) Endeudamiento con intermediarios para financiar el cultivo Rendimiento promedio alrededor de 4 TM/ha (37,59 sacas por hectárea). El rendimiento promedio nacional es de 5,61 TM/ha (MAG, 2018)
	Intermediarios a pie de finca	Adquisición en finca del arroz cosechado (sacas 200 y más libras) para procesamiento en piladoras	Financiamiento de rubros: adquisición de insumos, maquinaria para preparación del suelo y cosecha
Procesamiento	Piladoras	Recepción del arroz de los agricultores Calificación del arroz (20% de humedad y 5% de impurezas, grano no trisado) Ofrecen servicio de secado y pilado.	Se constituyen en el eje de la cadena comercial, imponiendo precios y condiciones. En muchos casos operan a través de intermediarios a pie de finca. Manejan grandes cantidades de inventario y capital para adquisición de arroz para procesar.
	Mercados Mayoristas	Acopio y movilización (transporte) de grandes volúmenes de arroz procesado por categorías. Provisión a Mercados Mayoristas principales	La mayoría de los intermediarios de mercados mayoristas son propietarios de piladoras.
Comercialización	Mercados intermedios Supermercado Tiendas y detallistas	y movilización (transporte) de medianos y pequeños volúmenes de arroz procesado por categorías (grano largo, grano corto).	Conformado por un gran número de actores de comercialización
	Familias de Negocios de provisión de comidas	Compra y procesamiento de alimentos	Principal producto de la canasta básica alimenticia de los ecuatorianos. Un ecuatoriano consume en promedio 53,2 kilogramos de arroz al año.
Servicios de apoyo	MAG	Asistencia Técnica Dotación de kits de insumos Impulso a la asociatividad	

Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 6.***Flujo de la cadena del arroz en la zona de las Mercedes*****Elaborado por: La Autora, 2026**

La información recolectada en el cuadro anterior puede ser trasladada a un gráfico que efectivamente evidencie el funcionamiento de la “cadena” del arroz convencional, pudiendo en el mismo apreciarse los diversos “caminos” que recorre el arroz desde la producción hasta el consumo.

4.3 Elaboración de una propuesta de mejoramiento para la comercialización de arroz en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas

En el estudio se determinó que; en la cosecha-comercialización, donde la mayoría de los productores de las organizaciones de Las Mercedes tienen muchas dificultades, debido principalmente a la calidad del arroz, que refleja la debilidad de sus procesos productivos – cosecha – postcosecha, que resultan en menor calidad del arroz y ,por lo tanto, hace que reciban menores ingresos, con lo que cubren con dificultad los costos de producción y los gastos adicionales de transporte y logística hacia la piladora. Además, en conversaciones con los agricultores se determinó como problemas específicos.

- Baja productividad y rentabilidad de los cultivos

- Bajos precios por los productos
- Pocos conocimientos sobre procesamiento e industrialización
- Deficiencia en la organización de productores
- Pocas oportunidades de empleo

En base a estos problemas identificados en la asociación de productores las Mercedes se sugiere la siguiente propuesta.

4.3.1 Título de la propuesta

Diseño de una estrategia de comercialización asociativa para fortalecer la competitividad y mejorar los ingresos de los productores de arroz del recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas.

4.3.2 Presentación

Los resultados de la investigación evidenciaron que la comercialización del arroz en el recinto Las Mercedes presenta diversas limitaciones, entre las que destacan la alta dependencia de intermediarios, el escaso poder de negociación de los productores, la limitada infraestructura de almacenamiento y la poca organización asociativa. Además, se constató que la mayoría de los agricultores comercializa su producción a pie de finca, obteniendo bajos márgenes de rentabilidad en comparación con otros actores de la cadena agro comercial.

Ante esta problemática, se plantea una propuesta orientada al fortalecimiento de las capacidades organizativas y comerciales de los productores mediante la implementación de un modelo de comercialización asociativa que facilite el acceso a mercados más rentables y reduzca la dependencia de intermediarios.

4.3.3 Justificación

La actividad arrocería constituye una de las principales fuentes de ingresos para las familias del recinto Las Mercedes; sin embargo, la investigación demostró que los beneficios económicos obtenidos por los productores son limitados debido a las deficiencias existentes en el proceso de comercialización.

La implementación de una estrategia de comercialización asociativa permitirá incrementar la capacidad de negociación, mejorar la calidad del producto ofertado y fortalecer la competitividad de los agricultores frente a otros actores de la cadena productiva.

Asimismo, la propuesta contribuirá al desarrollo económico local, generando mayores oportunidades para los productores y promoviendo una comercialización más justa y sostenible.

4.3.4 Objetivo general de la propuesta

Diseñar una estrategia de comercialización asociativa que contribuya al mejoramiento de los ingresos y la competitividad de los productores de arroz del recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi.

4.3.5 Objetivos específicos

- Fortalecer la organización de los productores mediante la conformación
- Fortalecimiento de una asociación comercial.
- Implementar mecanismos de acceso a información actualizada sobre precios y mercados.
- Mejorar las capacidades técnicas en cosecha, postcosecha y comercialización.
- Promover acuerdos comerciales directos entre productores y piladoras o compradores institucionales.
- Incrementar los ingresos económicos de los agricultores mediante una reducción de la intermediación.

4.3.6 Beneficiarios

- Beneficiarios directos
- Productores de arroz del Recinto Las Mercedes.
- Familias vinculadas a la actividad agrícola.
- Beneficiarios indirectos
- Comerciantes locales.
- Transportistas.
- Piladoras.
- Consumidores finales.

4.3.7 Estrategia propuesta

La propuesta contempla cuatro componentes estratégicos:

Componente 1.

Fortalecimiento organizacional

Actividades

- Conformación o fortalecimiento de una asociación de productores.
- Elaboración de estatutos y reglamentos internos.
- Capacitación en liderazgo y gestión organizacional.
- Resultado esperado

R1. Productores organizados y con mayor capacidad para negociar colectivamente.

Componente 2.

Capacitación comercial

Actividades

- Talleres sobre costos de producción.
- Capacitación en negociación y comercialización agrícola.
- Formación en análisis de mercados y precios.
- Resultado esperado

R2. Productores con conocimientos para tomar decisiones comerciales más eficientes.

Componente 3.

Mejoramiento de la calidad del producto

Actividades

- Capacitación en cosecha
- Capacitación en postcosecha.
- Implementación de prácticas para reducir humedad e impurezas.
- Selección adecuada del grano previo a la venta.
- Resultado esperado

R3. Mayor calidad del arroz comercializado y mejores precios de venta.

Componente 4.

Comercialización directa

Actividades

- Identificación de piladoras y compradores potenciales.
- Establecimiento de convenios de comercialización.

R4. Reducción de la dependencia de intermediarios y aumento de los ingresos de los productores.

Tabla 15.
Marco lógico propuesta

FIN		Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los productores del recinto las Mercedes, cantón Yaguachi, Guayas y la construcción de una cultura de incremento del valor agregado a la producción de arroz.		
PROPÓSITO				
Diseñar una estrategia de comercialización asociativa que contribuya al mejoramiento de los ingresos y la competitividad de los productores de arroz del recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi,				
COMPONENTES/RESULTADOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS	ACTIVIDADES
R1. Productores organizados y con mayor capacidad para negociar colectivamente	Al finalizar el primer año, el 80% de los productores arroceros estará integrado en una organización formal y participará en procesos de negociación colectiva para la comercialización del arroz.	Actas de reuniones, registro de productores	Existe apoyo para la organización	Capacitación en liderazgo y gestión organizacional
R2. Productores con conocimientos para tomar decisiones comerciales más eficientes.	Al finalizar el primer año, el 80% de los productores arroceros capacitados aplicará conocimientos sobre precios de mercado, costos de comercialización y negociación para la toma de decisiones comerciales	Listas de asistencia, evaluaciones de capacitación	Los productores participan activamente en las capacitaciones.	Capacitación en negociación y comercialización agrícola

R3. Mayor calidad del arroz comercializado y mejores precios de venta	Al finalizar el primer año, el 70% de los productores incrementará en al menos un 10% el precio de venta de su arroz mediante la comercialización de producto con estándares de calidad definidos,	Registros de calidad del grano, informes técnicos,	Voluntad de asumir roles y responsabilidades	Los productores adoptan las prácticas recomendadas de cosecha y postcosecha
R4. Reducción de la dependencia de intermediarios y aumento de los ingresos de los productores	Al finalizar el primer año, el 60% de los productores arroceros reducirá la venta a intermediarios en al menos un 30% e incrementará sus ingresos por comercialización en un 15% respecto a la línea base	Contratos y convenios de comercialización	as condiciones de mercado y los precios del arroz se mantienen estables durante la ejecución del proyecto.	Establecimiento de convenios de comercialización

Elaborado por: La Autora, 2026

4.3.8 Impacto esperado

La presente propuesta surge como respuesta a los problemas identificados durante el diagnóstico de la comercialización del arroz en el recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, donde se evidenció una alta dependencia de intermediarios, escasa capacidad de negociación de los productores, limitaciones en almacenamiento y una reducida participación de los agricultores en los beneficios generados por la cadena de comercialización. Estas condiciones afectan directamente la rentabilidad de la producción arrocerá y limitan las posibilidades de desarrollo económico de las familias productoras.

La implementación de esta propuesta permitirá fortalecer la capacidad organizativa y comercial de los productores de arroz del recinto Las Mercedes, facilitando el acceso a mercados más competitivos y mejores condiciones de negociación. Como resultado, se espera un incremento de la rentabilidad de la actividad arrocerá, una reducción de la dependencia de intermediarios y una mejora sostenible en las condiciones socioeconómicas de las familias agricultoras. Además, contribuirá al fortalecimiento de la cadena de valor del arroz en el cantón Yaguachi y al desarrollo agrícola de la provincia del Guayas.

Se espera que, mediante la organización de los productores y la comercialización conjunta de la producción, se logre una reducción significativa de la intermediación, un incremento de al menos el 15% en el precio de venta del grano y una mejora sustancial en la rentabilidad del cultivo. De esta manera, la propuesta constituye una alternativa viable para dinamizar la economía local, fortalecer la cadena de valor del arroz y contribuir al desarrollo agrícola sostenible del recinto Las Mercedes, cantón Yaguachi, provincia del Guayas.

5. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos permiten establecer que la cadena de comercialización del arroz en el recinto “Las Mercedes” está conformada por diferentes actores que participan de manera sucesiva hasta llegar al consumidor final, entre ellos productores, intermediarios, piladoras, comerciantes mayoristas, supermercados y detallistas. Esta estructura evidencia que la comercialización del arroz constituye un proceso en el que intervienen diversos agentes y en el que las condiciones de negociación pueden variar de acuerdo con la posición que ocupa cada participante dentro de la cadena. Esta situación guarda relación con lo señalado por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM, 2019), que identifica al sector arrocero ecuatoriano como una actividad en la que intervienen diferentes actores y donde pueden presentarse diferencias en el poder de negociación. Además, los resultados deben interpretarse en consideración de la importancia productiva del Guayas, provincia que concentra una parte significativa de la producción nacional de arroz (ESPAC, 2025).

Uno de los principales hallazgos corresponde a la elevada participación de los intermediarios en la comercialización de la producción. Se determina que el 90% de los productores comercializa el arroz mediante intermediarios, mientras que el 10% lo entrega directo a las piladoras. La situación coincide con lo señalado por Zamorano (2025), quien identificó en Colombia la existencia de diferentes cadenas comerciales y una participación importante de la industria dentro del proceso de acopio, procesamiento y distribución, concentrando una proporción considerable de los márgenes de comercialización.

La dependencia de los intermediarios también puede relacionarse con las condiciones económicas que enfrentan los productores. La SCPM (2019) señala que las dificultades de acceso a crédito y otras limitaciones presentes en el sector arrocero pueden afectar tanto la producción como la comercialización y generar relaciones comerciales desequilibradas. En el caso de “Las Mercedes”, la necesidad de recuperar los costos de producción y disponer de recursos económicos después de la cosecha puede favorecer la venta inmediata del arroz a los compradores disponibles.

En relación con este aspecto, Goyes et al. (2020), al estudiar el mercado del arroz pilado en Babahoyo, determinaron que la comercialización puede ser rentable, aunque existen dificultades relacionadas con la competencia y la calidad

del producto. Los autores resaltan la necesidad de fortalecer mecanismos que permitan mejorar las condiciones de formación de precios y los márgenes de comercialización. En consecuencia, la rentabilidad obtenida por el agricultor dependerá no solo de la cantidad de arroz producida, sino también del canal utilizado, los costos de comercialización y las condiciones de negociación establecidas con los compradores.

Cuando el producto no cumple con los parámetros exigidos por los compradores o las piladoras, el productor puede enfrentar reducciones en el precio o condiciones menos favorables de negociación. Este resultado coincide con Goyes et al. (2020), quienes identificaron problemas relacionados con la calidad del arroz dentro de las condiciones de comercialización estudiadas en Babahoyo. De igual manera, Zamorano (2025) evidencia que las características del producto y las actividades desarrolladas por los diferentes actores influyen en la distribución de los márgenes comerciales.

Las limitaciones de infraestructura existentes en “Las Mercedes” favorecen que los productores comercialicen el arroz de inmediato después de la cosecha, reduciendo sus posibilidades de esperar una variación favorable de los precios. Esta situación coincide con los resultados de Zurita et al. (2024), quienes analizaron las decisiones de almacenamiento en la cadena postcosecha del arroz en Arequipa, Perú, y determinaron que almacenar el producto no siempre representa un beneficio económico, debido a que deben considerarse los costos de conservación, la calidad del producto y las posibilidades de variación de los precios.

En este sentido, el almacenamiento debe entenderse no solo como una actividad destinada a conservar el arroz, sino también como un elemento que puede influir en la estrategia comercial del productor. Zurita et al. (2024) demuestran que las decisiones postcosecha dependen de una combinación de factores económicos y comerciales. Los resultados de Las Mercedes permiten complementar esta perspectiva, debido a que las limitaciones de almacenamiento pueden generar una mayor dependencia de los intermediarios durante los periodos de cosecha.

Respecto a las condiciones productivas, se determina que el 100% de los productores encuestados utiliza semilla certificada y manifiesta desarrollar un sistema de producción tecnificado. Este resultado constituye una fortaleza para el sector arrocerero del recinto Las Mercedes, debido a que evidencia la incorporación de prácticas orientadas a mejorar el proceso productivo. Además, debe

considerarse que el arroz constituye uno de los cultivos agrícolas de mayor importancia en la región Litoral y que las principales áreas productoras se concentran en provincias como Guayas, Los Ríos y Manabí (ESPAC, 2025).

Este resultado presenta una diferencia respecto a lo encontrado por Cadena-Torres et al. (2021) en La Mojana, Colombia, donde se caracterizaron sistemas productivos de arroz criollo desarrollados en pequeñas superficies, con una baja utilización de insumos de origen químico. Mientras que en “Las Mercedes” se evidencia un mayor nivel de tecnificación y utilización de semilla certificada, ambos estudios permiten reconocer que las características productivas de los agricultores están estrechamente relacionadas con sus condiciones económicas y comerciales.

Asimismo, los resultados obtenidos deben analizarse considerando que las características agroproductivas de la región donde se desarrolla la investigación. El INIAP (2025) señala que el arroz se cultiva principalmente en la región Litoral, donde existen condiciones climáticas favorables para su desarrollo, aunque la disponibilidad de agua constituye una de las principales limitaciones en determinadas zonas. Esto demuestra que la producción arrocería está condicionada por factores ambientales, productivos y económicos que interactúan entre sí.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

El arroz se cultiva en la zona inundable, correspondiente a la cuenca baja del río Guayas. En el lugar de estudio, se identifican dos tipos de siembra, el 30% de los productores siembran con "matas" y el 70% al "boleo". Estas dos formas de producir reflejan dos tipos de productores: Los que no tienen los recursos necesarios para producir y, por lo tanto, siembran al boleto y el productor arrocero que cuenta con más recursos y siembra utilizando semilleros, así producen sus propias plantas y luego sembrándolas (mateado).

Estos dos sistemas de siembra también reflejan dos sistemas de cosecha y comercialización; el primer sistema y que predomina en Las Mercedes, a través de la venta a pie de finca y que lo hacen el 90% de los productores. El segundo sistema de cosecha y comercialización y que es aplicado por el 10% de los productores de las organizaciones de Las Mercedes, es la venta a las piladoras, quienes asumen directamente el proceso de cosecha y traslado hacia la piladora; con la cual en algunos casos se hacen acercamientos previos para su recepción.

Es en la cosecha-comercialización, donde la mayoría de los productores de las organizaciones de Las Mercedes tienen muchas dificultades, debido principalmente a la calidad del arroz, que refleja la debilidad de sus procesos productivos – cosecha – postcosecha, que resultan en menor calidad del arroz y, por lo tanto, hace que reciban menores ingresos, con lo que cubren con dificultad los costos de producción y los gastos adicionales de transporte y logística hacia la piladora.

En términos generales La comercialización del arroz en el recinto Las Mercedes presenta limitaciones estructurales que afectan la rentabilidad y sostenibilidad económica de los productores. La presencia predominante de intermediarios, el bajo nivel de organización, los rendimientos productivos inferiores al promedio provincial y las deficiencias en los procesos de postcosecha reducen la competitividad del sector. En este contexto, la implementación de estrategias de comercialización asociativa, acompañadas de capacitación técnica y fortalecimiento organizacional, constituye una alternativa efectiva para mejorar las condiciones económicas de los agricultores y promover el desarrollo sostenible de la actividad arrocera en el cantón Yaguachi.

6.2 Recomendaciones

Con base en las conclusiones obtenidas en la presente investigación, se plantean las siguientes recomendaciones:

Se recomienda implementar de manera progresiva la estrategia de comercialización asociativa propuesta en la presente investigación, así se promueve la conformación o fortalecimiento de una organización de productores de arroz del recinto Las Mercedes. Para ello, será necesario establecer estatutos, reglamentos internos, mecanismos de participación y distribución de responsabilidades, así como desarrollar procesos de capacitación en liderazgo, gestión organizacional y trabajo asociativo. La organización deberá orientarse no solamente a agrupar a los productores, sino también a facilitar la comercialización conjunta de la producción, mejorar la capacidad de negociación y generar condiciones para establecer relaciones comerciales más favorables con piladoras y compradores potenciales. Esta recomendación responde directo al bajo nivel de organización identificado y a la predominancia de la venta a intermediarios.

Se recomienda desarrollar programas permanentes de capacitación en comercialización agrícola, costos de producción, negociación y análisis de precios, de manera que los productores dispongan de herramientas para tomar decisiones comerciales con mayor fundamento. La capacitación deberá incluir el registro de los costos reales de producción, identificación del margen de ganancia, análisis de los precios ofrecidos por diferentes compradores y conocimiento de las condiciones de compra del arroz. De esta manera, los agricultores podrán comparar alternativas antes de efectuar la venta y disminuir la dependencia de decisiones tomadas exclusivamente en función de la necesidad inmediata de comercializar la cosecha., negociación, comercialización agrícola y análisis de mercados y precios.

Se recomienda fortalecer las prácticas de cosecha y postcosecha, principalmente aquellas relacionadas con la reducción de humedad e impurezas y con la adecuada selección del grano antes de su comercialización. Esta medida resulta necesaria debido a que la calidad del arroz constituye uno de los principales factores que afectan los ingresos de los productores, ya que las deficiencias en estas etapas pueden ocasionar menores precios de venta y dificultades para cubrir los costos de producción, transporte y logística. Por ello, se deberán promover capacitaciones prácticas sobre manejo del grano, cosecha oportuna, secado,

almacenamiento temporal y selección, procurando que el producto entregado a los compradores cumpla con mejores condiciones de calidad.

Como último, se recomienda establecer acuerdos y convenios de comercialización directa con piladoras y otros compradores potenciales, así se promueve la venta conjunta de la producción de los agricultores organizados. Para ello, será conveniente identificar compradores que ofrezcan condiciones favorables, comparar precios y requisitos de calidad y establecer compromisos formales de compra y venta. Esta estrategia permitiría reducir de manera progresiva la dependencia de los intermediarios, incrementar la capacidad de negociación y mejorar la participación de los productores en el valor generado por la cadena.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSEMILLAS. (2024, 26 de noviembre). La producción de arroz alcanza récord en 2024: ¿Qué está impulsando el crecimiento? <https://acosemillas.org/la-produccion-de-arroz-alcanza-record-en-2024-que-esta-impulsando-el-crecimiento/>
- Aguilar Gallegos, N., Muñoz Rodríguez, M., Santoyo Cortés, V. H., & Aguilar Ávila, J. (2013). Influencia del perfil de los productores en la adopción de innovaciones en tres cultivos tropicales. *Teuken Bidikay*, 4(4), 207–228. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/teu/article/view/1081>
- Análisis de arroz [Rice Analyzer]. (2025, 20 de octubre). Análisis de calidad de arroz. <https://machvision.com.ar/rice-analyzer/>
- Ayala-Velásquez, F. A., González-Osorio, B. B., Simba-Ochoa, L. F., Tovar-Olivo, M. A., Barragán-Monroy, R., & Zamora-Cevallos, E. (2024). Comercio justo, eje central del desarrollo en productores locales y exportadores de cacao *Theobroma cacao* L. en el cantón Quevedo. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 7(3), 227–239. <https://doi.org/10.62452/2j3d8w94>
- Baquero, F. (2024). El proceso industrial del arroz: Desde la recepción hasta el empaque. *INPROARROZ*. <https://www.inproarroz.com/post/el-proceso-industrial-del-arroz-desde-la-recepcion-hasta-el-empaque>
- Cadena, J. (2021). Caracterización del sistema de producción de arroz criollo en La Mojana, Colombia. *Ciencia y Agricultura*, 2. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/ciencia_agricultura/article/view/11610
- Cámara Marítima del Ecuador [CMAE]. (2024, 11 de diciembre). Sector arrocerero cierra 2024 con buenas perspectivas y enfocado en el crecimiento para 2025, según Corpcom. <https://www.cmae.org/sin-categoria/sector-arrocerero-cierra-2024-con-buenas-perspectivas-y-enfocado-en-el-crecimiento-para-2025-segun-corpcom/>
- Cevallos Cedeño, J. H. (2019). Competitividad en la cadena de productividad y comercialización en las principales zonas arroceras del Ecuador [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo]. Repositorio Institucional. <https://dspace.utb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/47581e2f-a617-4a4d-8c02-91d2966a92b7/content>

- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Artículos 411–412. Registro Oficial No. 449 de 25 de octubre de 2008. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Diario El Productor [DEP]. (2025, 18 de octubre). Ecuador: Cosecha de arroz arrancará en dos meses y no habrá escasez, asegura Corpnoarroz. <https://elproductor.com/2025/07/ecuador-cosecha-de-arroz-arrancara-en-dos-meses-y-no-habra-escasez-asegura-corpnoarroz/>
- Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua [ESPAC]. (2025). Boletín técnico. Instituto Nacional de Estadística y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- EOS Data Analytics [EOSD]. (2026, 31 de marzo). Cultivo del arroz. <https://eos.com/es/blog/cultivo-del-arroz/>
- Flores Gavilanes, A. J. (2019). Los canales de comercialización y el desarrollo económico local de los productores agropecuarios de la parroquia Benítez, del cantón San Pedro de Pelileo [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/29925>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO]. (2025). Situación alimentaria mundial. <https://www.fao.org/worldfoodsituation/csdb/es>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO]. (2025, 12 de octubre). La comercialización de productos hortícolas. <https://www.fao.org/4/s8270s/S8270S00.htm>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO], International World Food Programme, World Health Organization, & United Nations Children's Fund. (2025). El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2025: Hacer frente a la inflación alta de los precios de los alimentos en aras de la seguridad alimentaria y la nutrición. <https://doi.org/10.4060/cd6008es>
- Goyes Cabezas, M., Vélez, M., Vera Suárez, M., & Goyes Cabezas, V. (2020). Diagnóstico del mercado del arroz pilado en la zona. Revista Pertinencia Académica. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4597354>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua 2022 (ESPAC 2022).

- <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-superficie-y-produccion-agropecuaria-continua-2022/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2025). Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua 2024. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-superficie-y-produccion-agropecuaria-continua-2024/>
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias [INIAP]. (2023, 19 de mayo). Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. <http://www.tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/inicio>
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias [INIAP]. (2025, 10 de octubre). Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias: Arroz. <https://tecnologia.iniap.gob.ec/arroz/>
- Ituriaga, J., Mariñas, K., & Saflor, C. S. (2024). Enhancing government services to rice farmers in the Philippines: A service quality–sustainability-focused approach for long-term agricultural resilience. *Sustainability*, 16(18), 8108. <https://doi.org/10.3390/su16188108>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG]. (2025). MAG gestiona la compra directa de arroz a productores de Guayas y Los Ríos. <https://www.agricultura.gob.ec/mag-gestiona-la-compra-directa-de-arroz-a-productores-de-guayas-y-los-rios/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG]. (2026, 8 de junio). MAG gestiona la compra directa de arroz a productores de Guayas y Los Ríos. <https://www.agricultura.gob.ec/mag-gestiona-la-compra-directa-de-arroz-a-productores-de-guayas-y-los-rios/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG]. (2026, 15 de junio). MAG tiene listo proceso para la compra de arroz a productores en 2026 con precios y volúmenes establecidos. <https://www.agricultura.gob.ec/magp-tiene-listo-proceso-para-la-compra-de-arroz-a-productores-en-2026-con-precios-y-volumenes-establecidos/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAGAP]. (2024, 20 de octubre). Rendimientos de arroz 2021. https://sipa.agricultura.gob.ec/descargas/estudios/rendimientos/arroz/rendimiento_arroz_2021.pdf

- Orus, A. (2024). Evolución del consumo global de arroz 2008–2024. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <https://repositorio.iica.int/server/api/core/bitstreams/e8a9be56-b1e7-43f1-b255-3d721ff1958d/content>
- Plúas Bajaan, A. L. (2026). Estrategia de comercialización y mejora de la rentabilidad para agricultores del recinto Cabuyal de Santa Lucía de la provincia del Guayas [Tesis de pregrado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Repositorio Institucional <https://repositorio.unesum.edu.ec>
- Restrepo, J. (2020). Cadenas agroalimentarias deberán hacer mayor uso de biotecnologías e innovaciones para superar desafíos post Covid-19. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <https://iica.int/es/press/noticias/cadenas-agroalimentarias-deberan-hacer-mayor-uso-de-biotecnologias-e-innovaciones/>
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado [SCPM]. (2019). Estudio de la comercialización del arroz en las provincias de Guayas y Los Ríos: Informe SCPM-IZ8-81-2017. <https://www.sce.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/Version-Publica-arroz-2.pdf>
- Zamorano, M. E. (2025, 10 de octubre). Arroz (*Oryza sativa*): Análisis crítico de los canales de comercialización y evaluación agroeconómica de la producción de variedades [Oro, Diamante] de grano largo y corto en la VI región. <https://www.sidalc.net/search/Record/dig-inia-cl-20.500.14001-52762/Description>
- Zurita, C. A., Neuhofer, Z., Díaz-Valderrama, J. R., Macedo-Valdivia, D., Woloshuk, C., & Baributsa, D. (2024). Postharvest rice value chain in Arequipa, Peru: Insights into farmers' storage decisions. *Agriculture*, 14(11), 1886. <https://doi.org/10.3390/agriculture14111886>

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta dirigida al productor



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIA CARRERA AGRONOMÍA

ESTUDIO DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL ARROZ

Cuestionario para Productores de Arroz

Información General

1. Edad del productor:
 - Entre 20 a 25 años
 - De 26 a 30 años.....
 - De 31 a 40 años.....
 - Mas de 40 años.....
2. Nivel de educación del productor
 - Primaria.....
 - Secundaria.....
 - Superior.....
3. ¿Cuál es su nivel de experiencia en la producción de arroz? (Abierta)
 - a. Principiante menos de 2 años
 - b. Intermedio 2-5 años de experiencia
 - c. Avanzado 5-10 años
 - d. Experto + de 10 años
4. ¿Cuál es el tamaño aproximado de su finca/productora de arroz? (Abierta)
 - a. Pequeña menos de 1 ha
 - b. Mediana de 1 a 5 ha
 - c. Grande de 5 a 20 ha
 - d. Muy grande + de 20 has
5. Rendimiento por hectárea

6. Cual es el rendimiento aproximado por hectárea en su finca en sacas de 200 libras.....

- a. Bajo: Menos de 2 toneladas por hectárea
- b. Medio: 2-4 toneladas por hectárea
- c. Alto: 4-6 toneladas por hectárea
- d. Muy alto: Más de 6 toneladas por hectárea

Producción

1. ¿Qué tipo de arroz produce? (Selección múltiple)

- a. Arroz blanco
- b. Arroz integral
- c. Arroz envejecido
- d. Otro (especificar)

2. ¿Cuál es el método de siembra que utiliza? (Selección múltiple)

- a. Siembra directa
- b. Trasplante
- c. Otro (especificar)

3. ¿Utiliza algún tipo de tecnología para mejorar la producción? (Dicotómica)

- a. Sí
- b. No

4. ¿Cuál es el costo de producción por hectárea de arroz en su finca?

- a. Menos de \$500/hectárea
- b. \$500-\$1.000/hectárea
- c. \$1.000-\$1.500/hectárea
- d. \$1.500-\$2.000/hectárea
- e. Más de \$2.000/hectárea

Comercialización

1. ¿A quién vende su producción de arroz? (Selección múltiple)

- a. Mayoristas
- b. Minoristas
- c. Consumidores finales
- d. Otro (especificar)

2. ¿Cuál es el principal canal de comercialización que utiliza? (Selección múltiple)

- a. Mercado local

- Mercado nacional
- Exportación
- Otro (especificar)

3. ¿Tiene algún contrato de venta con compradores? (Dicotómica)

- Sí
- No

Desafíos y Oportunidades

1. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta en la producción y comercialización del arroz? (Abierta)

.....

.....

.....

.....

2. ¿Qué oportunidades de mejora ve en la cadena de comercialización del arroz? (Abierta)

.....

.....

.....

.....

3. ¿Tiene algún comentario o sugerencia adicional sobre la producción y comercialización del arroz? (Abierta)

Información Adicional

1. ¿Desea proporcionar alguna información adicional sobre su experiencia en la producción y comercialización del arroz? (Abierta)

.....

Figura 7.

Visita a los predios de los productores de arroz



Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 8.

Socialización con los productores de arroz del recinto “Las Mercedes”



Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 9.
Encuesta a los productores



Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 10.
Encuesta a productor de arroz



Elaborado por: La Autora, 2026

Figura 11.
Entrevista a productor-comprador de arroz



Elaborado por: La Autora, 202